REVENDA 360° construção

ED. 376 | JAN 2022 | ANO XXXIV
www.gruporevenda.com.br

60 MIL

EXEMPLARES/MÊS

A MAIOR TIRAGEM EDITORIAL DO SEGMENTO!

E MAIS:

- COBERTURA RESIDENCIAL E SUBCOBERTURAS
- MANTAS ASFÁLTICAS E IMPERMEABILIZANTES

TOP OF MIND Revenda Construção
VOTE AQUI

LANÇAMENTO!

Conheça nossa nova linha de Pulverizadores!

Categoria de Jardinagem.

"Conte com a gente!"





Com válvula de segurança. (No modelo - 7912)



Modelos para garrafa PET. Com ajuste de jato. *(7965 - acompanha anel de vedação reserva)*



Com ajuste de jato e capacidade de 1L e 2L. *(7912 - Possui válvula de segurança)*



Com ajuste de jato e capacidade de 500ml.

Conheça nosso site.

BRASFORT

GRUPO BRAFT

BRASFORT_BRASIL

www.**brasfort**.net.br

GRUPO
REVENDA

FUNDADOR
José Wilson Vieira de Andrade
jwilson@revenda.com.br

DIRETORIA
José Marcello N. V. de Andrade
marcello@revenda.com.br
José Wilson N. V. de Andrade
wilson@revenda.com.br

DIRETOR EDITORIAL
Roberto Ferreira
roberto@revenda.com.br

DIRETORA COMERCIAL
Carla Passarelli
carla.passarelli@revenda.com.br

GERENTES DE CONTAS
Marli Moço
marli@revenda.com.br
Regina Mallol
regina.mallol@revenda.com.br
Solange Castilho
solange@revenda.com.br

EDITOR de ARTE
Herbert Allucci
arte@revenda.com.br

ADMINISTRATIVO
Mislene Fernandes
mislene@revenda.com.br
Tel: (11) 98896-8875

TECNOLOGIA
Carlos Contucci
carlos@revenda.com.br

DEPARTAMENTO JURÍDICO
Dr. José Paulo Palo Prado

ASSINATURAS
Vera Lúcia M. Lopes
vera@revenda.com.br
Tel: (11) 97197-8025

REDAÇÃO, ADMINISTRAÇÃO
E PUBLICIDADE
Rua Geraldo Flausino Gomes, 78 - conj. 53
(sede própria)
Brooklin - CEP 04575-060 - São Paulo - SP

REVENDA 360° construção

Edição 376 | JAN 2022

é uma publicação da Quinta Essência Editora, enviada mensalmente a executivos, proprietários, compradores, gerentes e encarregados das principais lojas de material de construção, material elétrico, material para pintura e atacadistas que trabalham com construção, responsáveis por 85% do volume de vendas do nosso setor. Opiniões e conceitos emitidos pelos colunistas e colaboradores não representam, necessariamente, os da revista.
Todos os direitos são reservados. Registrada de acordo com a lei de imprensa. Marca Registrada no INPI.

ANO NOVO, TIRAGEM RECORDE

Eventualmente, ocupo este espaço para comunicar algo importante da nossa querida revista **Revenda Construção**, a pioneira deste segmento editorial e que entra em seu 34ª ano de vida.

Iniciamos o novo ano com uma tiragem recorde de 60.000 exemplares! Isso mesmo: 60.000!

Em ação inédita editorial e de marketing, reunimos importantes players do mercado fabricante de materiais de construção para levar informação a milhares de lojistas de todo o Brasil. Mensalmente, a tiragem recorde da revista **Revenda Construção** circulará com diferentes capas, mas com o mesmo conteúdo editorial. Ouso dizer que é a maior tiragem atual das revistas brasileiras, perdendo, apenas, para duas grandes semanais editadas por dois gigantes da comunicação.

Ao longo destes 34 anos, a revista Revenda Construção inovou. E foi copiada.

Fomos os primeiros a idealizar uma premiação para a indústria de materiais de construção, o Ranking de Conceito e Imagem, que se transformou no Top of Mind Revenda Construção. Depois, lançamos o Melhor Produto do Ano, para premiar os produtos com maior rentabilidade vendidos pelas revendas. E, mais recentemente, o prêmio Excelência Atacadista Distribuidor, para premiar os atacadistas distribuidores de materiais de construção, importantes parceiros das indústrias e dos lojistas.

Quando pensamos em fazer uma tiragem recorde para os padrões nacionais, pensamos nas lojas de materiais de construção de pequeno e médio porte, que representam mais de 90% deste mercado. São lojistas que, muitas vezes, têm pouco acesso às informações do seu próprio segmento/negócio.

Estamos começando com 60.000 exemplares, mas o céu é o limite e, em breve, voltarei a este espaço para anunciar tiragens ainda maiores.

RUY OHTAKE

Uma nota triste, mas que quero registrar: o falecimento do querido arquiteto Ruy Ohtake, ocorrido em 27 de novembro do ano passado. Ruy Ohtake criou os troféus dos nossos prêmios, verdadeiras obras de arte desejadas e exibidas nas estantes dos vencedores.

Costumo dizer que só trabalho com vencedores. Ruy Ohtake foi um vencedor. E minha equipe é vencedora.

Boa leitura!

José Wilson Vieira de Andrade

REVENDA 360° construção

Edição 376 | JAN 2022 | ANO XXXIV





14 MANTAS E IMPERMEABILIZANTES
A importância de utilizar os produtos corretos para evitar dor de cabeça

05 ARTIGO
João Francisco Gonçalves

10 TOP OF MIND
Foi dada a largada para a votação do mais importante prêmio editorial

12 ARTIGO
Cecília Russo Troiano

26 VONDER
Os 25 anos de sucesso da empresa

28 ARTIGO
Perspectivas para o mercado de materiais de construção

41 ARTIGO
Juntos Somos Mais

42 ARTIGO
Renato Holzheim

43 ARTIGO
Vitor Cybis

45 2022
Empresários comentam o que esperar deste ano

46 MERCADO
As boas vendas de cimento em 2021

48 ESPORTE
Os investimentos das indústrias no futebol

50 INDÚSTRIA
Roca Ceràmica utiliza metaverso para apresentar produtos

52 PAINEL
As novidades que teremos no mercado

64 SUA LOJA

66 AGENDA



34 COBERTURA E SUBCOBERTURA
Diferentes produtos e design com o mesmo objetivo: proteger a casa



CAPACITE-SE E MULTIPLIQUE **CONHECIMENTO**

POR JOÃO FRANCISCO GONÇALVES

Começo este artigo fazendo uma citação ao amigo José Antonio Miranda, que um dia me falou uma frase que até hoje me serve de lição: "se um dia aprendi algo e não fui capaz de ensinar a alguém, então não fui merecedor de tê-lo aprendido".

Simples e extremamente profundo! Porque, conhecimento guardado é conhecimento perdido. Não serve para nada...

Sempre digo que somos privilegiados por atuar em uma área tão encantadora como a comercial. Diariamente falamos com pessoas de diferentes níveis e posições e sempre aprendemos algo com estas pessoas. Sempre.

E, ao mesmo tempo que aprendemos, também ensinamos. Desde o mais simples recurso de um ou outro produto, até às mais recentes inovações tecnológicas para o nosso dia a dia.

E é exatamente sobre esse aprendizado que eu quero me prolongar.

Esse algo que aprendemos diariamente, nem sempre é repassado aos nossos colegas da forma mais adequada. Talvez pela falta de habilidade em ensinar, talvez pela superficialidade na aprendizagem ou até mesmo por falta de vontade. Vontade de ensinar.

O ato do ensino é algo tão gratificante que a sensação que temos ao concluir um curso ou treinamento é inexplicável. Como um ciclo renovável perfeito, aquele que aprende se torna um profissional mais completo e atualizado, e quem ensina acaba se reciclando com as turmas que vai liderando e, consequentemente, se torna melhor a cada dia que passa.

Ouço muitas reclamações de colegas e clientes sobre a dificuldade de se ministrar treinamentos técnicos para vendedores ou executivos de vendas, seja pela falta de tempo ou ainda pelo total desinteresse de alguns profissionais.

Dificuldades à parte, o fato é que temos que incentivar a capacitação do nosso setor, se quisermos que este mesmo setor esteja em um melhor patamar no futuro. Ou seja, apenas com profissionais devidamente qualificados, teremos a representatividade que merecemos perante outros segmentos da economia.

Recentemente um cliente me confidenciou que ele estava deixando de capacitar os seus vendedores, porque logo que eles melhoravam tecnicamente, acabavam sendo contratados pelos seus concorrentes.

Prontamente falei que havia duas grandes oportunidades nesse caso: a primeira se refere à capacidade de retenção de talentos – obviamente fragilizada neste caso, e que mereceria ser revisada imediatamente.

A segunda é ainda mais complexa, pois ao perder um talento qualificado para o concorrente, indiretamente promovo uma melhoria no nível do nosso setor. Pior seria se eu tivesse liberado um vendedor ruim, com baixa qualidade profissional e que, consequentemente, prejudicaria todo o segmento.

Mas ainda assim, eu prefiro pecar pelo excesso de treinamento, do que pela sua ausência. E, felizmente, muita gente pensa do mesmo modo.

A necessidade de capacitação no nosso setor ficou evidenciada durante a Rodada de Negócios promovida pela Revista Revenda em novembro passado. Em um uníssono, lojistas, distribuidores e indústrias se manifestaram de modo bastante enfático sobre este ponto, deixando clara a intenção de todos os atores em investir fortemente neste tema ao longo dos próximos anos.

As sugestões focaram treinamentos customizados, que atinjam diferentes públicos e respeitem o aspecto regional dos envolvidos; treinamentos para os profissionais que frequentam as lojas e carecem de mais informações sobre as novas tecnologias disponíveis; treinamentos à distância, que permitem maior velocidade e abrangência durante a sua transmissão; treinamentos presenciais para falar não apenas de produtos, mas sim, de como e para quem ofertar estes produtos da maneira mais adequada.

Capacite e multiplique o seu conhecimento. Mas atenção, não basta apenas a vontade do empresário e dos executivos em capacitar as suas equipes. É preciso que os profissionais envolvidos nestes treinamentos também estejam dispostos a evoluir aprendendo algo novo e se reciclando.

Sócrates dizia que "por mais talentoso que você seja em uma relação, como líder, amigo ou parceiro, se a outra parte não fizer a parte dela, esqueça...

João Francisco Gonçalves
é diretor da Sensus Consultores Associados

QUEM COMPARA ESCOLHE DENVER



PRODUTO CONCORRENTE

Imagens ilustrativas

SAIBA MAIS, VISITE NOSSO HOTSITE E VEJA A COMPARAÇÃO

www.**denverimper**.com.br

TEXTURA QUE NÃO ESCORRE.
MAIS RENDIMENTO E PRATICIDADE.

DENVERTEC 100

O 1º impermeabilizante 100% certificado pela NBR11905



- Impermeabilizante Profissional
- O melhor custo benefício

DENVER IMPER by SOPREMA

SOPREMA

DA CONSTRUÇÃO AO ACABAMENTO!

*Tudo o que sua loja precisa para ofertar uma **linha completa de ferramentas**, equipamentos e insumos de **máxima qualidade** para o trabalho profissional!*





CONSTRUÇÃO CIVIL



IMAGENS ILUSTRATIVAS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS. PROIBIDA A REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DESTE MATERIAL E CONTEÚDO.

Sempre utilize equipamentos de proteção individual VONDER

www.vonder.com.br

Assista aos vídeos e siga a VONDER nas redes sociais!

/vonderferramentas

É bom trabalhar com

vonder®

Uma obra bem feita começa com os equipamentos certos! ***A escolha é sua e a qualidade é VONDER!***



E O **TROFÉU** RUY OHTAKE

Foi dada a largada para a pesquisa do Top of Mind Revenda Construção 2022.

De 28 de fevereiro até 28 de março, pesquisadores do Grupo Revenda perguntarão a milhares de lojistas de todo o Brasil qual é a marca mais lembrada em 81 categorias de nove segmentos. O resultado completo do **Top of Mind Revenda Construção 2022** – a premiação mais aguardada pela indústria de materiais de construção –, será publicado na edição 380/maio da revista **Revenda Construção**. As empresas vencedoras receberão o troféu Ruy Ohtake, especialmente desenhado pelo renomado arquiteto para o Grupo Revenda, e que receberá homenagem especial no evento – o importante arquiteto faleceu no final do ano passado.

As entrevistas serão distribuídas entre as regiões Sudeste (51%) – São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais (igualmente distribuídas); Sul (21%) – Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (igualmente distribuídas); Nordeste (10%) – Bahia, Pernambuco e Ceará (igualmente distribuídas) Centro–Oeste (9%) – Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul (igualmente distribuídas).

Para premiar as marcas mais votadas do Top of Mind 2022, elencamos nove categorias (Esquadrias e Ferragens, Ferramentas, Itens para Banheiro, Itens para Cozinha, Material Básico, Material Elétrico, Material Hidráulico, Material de Acabamento e Tintas e Acessórios), além das enquetes para o Melhor Atacadista e

VAI PARA...

TOP OF MIND Revenda Construção
VOTE AQUI

Melhor Veículo de Carga, dois importantes segmentos para os revendedores.

A pesquisa **Top of Mind Revenda Construção** é realizada de forma espontânea, não induzida. Para validar o voto, o revendedor votante deve responder, apenas, à seguinte pergunta: "Qual a marca que lhe vem à cabeça no segmento...?"

Credibilidade é uma das maiores bandeiras das pesquisas realizadas pelo Grupo Revenda ao longo do ano.

BOM MOMENTO

Segundo estimativas do IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – o faturamento do varejo para venda de materiais de construção, em 2020, foi de aproximadamente R$150,55 bilhões, dividido entre cerca de 130.000 varejistas. De acordo com o resultado de cruzamento com os dados relativos ao ano de 2019, os cinco maiores home-centers participaram com cerca de 7,8%, ou estimados R$12,4 bilhões deste total; "Outros Home Centers, Lojas Grandes e Médias", com cerca de R$41 bilhões; e as "Lojas de Bairro" (pequenas, multicategorias ou de materiais básicos ou especializadas), tiveram sua participação estimada em cerca de 97 bilhões.

Embora nos últimos dois anos tenha ocorrido uma tendência de concentração setorial, visto que a queda de 18,2% no volume de vendas do comércio, segundo o IBGE, acarretou em aumento no fechamento de Lojas de Bairro, em oposição aos grandes varejistas que, em sua maior parte, continuaram, ainda que comedidamente, expandindo suas operações, muitas dessas lojas que fecharam já operavam com um alto grau de informalidade e precariedade na gestão do negócio, não alterando significativamente este quadro de concentração.

O cenário é propenso para uma maior profissionalização do varejo de materiais de construção e posicionamento junto aos diversos formatos de lojas das marcas fortes, que equacionam políticas comerciais sólidas e competitivas, apoio consistente ao ponto de venda e qualidade do portfólio de produtos e serviços oferecidos aos lojistas.

E não é preciso investir muito para aumentar o volume de vendas. O revendedor tem que ficar atento ao público que frequenta sua loja. Se a procura é maior por ferramentas, deve dar maior atenção a estes produtos; se a venda de materiais básicos está crescendo, invista no estoque; e assim por diante.

ATLAS · brasilit SAINT-GOBAIN · DENVER IMPER by SOPREMA · DVG Precon · TINTAS eucatex · HIDROFILTROS A CIÊNCIA DA ÁGUA · LAMESA FIOS E CABOS ELÉTRICOS · quartzolit SAINT-GOBAIN · vonder



BRANDING: MOCINHO OU BANDIDO?

POR CECÍLIA RUSSO TROIANO

Quantos de nós já não ouvimos falar que o marketing cria necessidades que antes não existiam? Que as marcas geram desejos e, dessa forma, forçam um consumo desnecessário? Alguns de nós, profissionais que trabalhamos com Branding ou em áreas vizinhas, já vestimos muitas vezes a carapuça do bandido, nos vendo como criadores de desejos inexistentes.

Vamos lá, nem um extremo nem outro. Não chegamos a ser mocinhos, mas estamos longe de ser bandidos, quando o Branding é feito a partir de marcas sérias e comprometidas com suas entregas. Isso porque o que o Branding e as atividades derivadas dele, como comunicação, fazem é se apoiar em desejo já existente. Vamos pensar em algumas de nossas necessidades fisiológicas, como a sede. Temos sede e, para atender a essa demanda do corpo, buscamos uma forma de saciá-la, tomando algum líquido. Pode ser água, suco, refrigerante, chá ou o que quisermos. O passo seguinte é direcionar a sede a algum desses produtos e, quando existe uma marca envolvida, fazer essa escolha. Assim, se para matar a sede, escolhemos um suco não caseiro, precisamos eleger uma marca. A marca, e portanto o Branding, surge posteriormente à necessidade da sede. A sede, como necessidade, já está presente antes da marca e portanto não é a marca que cria a sede. Se formos pensar em outras áreas de negócio, não ligadas às necessidades fisiológicas, teríamos mecanismos semelhantes. Precisamos lavar roupa ou comprar uma bicicleta. A intenção dessa compra vem antes da decisão pela marca. Em Branding, somos caçadores de intenções!

Ok, poderíamos argumentar que, em alguns casos, as marcas podem estimular necessidades que não existiam a priori. Nesse caso, aí vai mais um exemplo: uma pessoa decide trocar de carro, mesmo que o atual carro esteja em boas condições. Fica no ar a suspeita de que as marcas (e o capitalismo de forma mais ampla) é quem está criando essa necessidade da troca, a compulsão por ter um carro novo, um brinquedo novo ou uma roupa da moda. Aqui sim há uma parcela de culpa do lado de toda nossa sociedade capitalista na qual o Branding se insere. De alguma forma, marcas poderiam estar criando um sentido de obsolescência que estava adormecido nas pessoas.

É por tudo isso que cabe a nós praticarmos um Branding responsável que começa, antes de mais nada, apoiado em verdades da marca. Relembrando mais uma frase que adoramos na Troiano Branding, a marca não é tapume e não pode ser aquilo que esconde o que a marca é. Se vamos atuar nessa cadeia de consumo, que sejamos cada vez mais mocinhos e menos bandidos. E tudo começa com sermos comprometidos com a transparência. Viva as marcas como vitrines. Abaixo as marcas como tapumes, que escondem o que não se deseja revelar.

Cecília Russo Troiano
é diretora da TroianoBranding.

Escolher **quartzolit** é a garantia de um resultado perfeito

VOCÊ SABE QUE É DE CONFIANÇA

A **Quartzolit** oferece as melhores soluções para a construção civil com um portfólio completo de produtos que atendem as necessidades de pequenas obras a grandes construções residenciais, comerciais e de infraestrutura.

É qualidade e confiança já reconhecida pelo mercado em: assentamento e rejuntamento, impermeabilização, fixação, soluções técnicas, revestimento de fachadas, soluções para pisos, além de tintas, lixas e discos.



/quartzolit

www.quartzolit.weber

0800 709 6979

quartzolit

SAINT-GOBAIN



PROTEÇÃO COMEÇA NA BASE

Impermeabilizar é fundamental tanto para a segurança do patrimônio quanto para a integridade física do morador. Viver em ambientes com problemas de umidade e infiltração impacta diretamente na saúde.

Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), 30% da população no Brasil possui algum tipo de alergia. A rinite alérgica é uma das mais altas do mundo, com 25% de prevalência. Outro dado alarmante da OMS é que a quarta maior causa de internações pelo SUS (Sistema Único de Saúde) está relacionada às doenças respiratórias, sendo que 35% delas estão vinculadas diretamente ao contato com o mofo e outras patologias pelas quais as pessoas são expostas em suas residências.

Uma das principais causas de doenças respiratórias é a presença de mofo nas paredes. O mofo pode causar, e piorar consideravelmente, as alergias respiratórias chegando a complicações graves.

A impermeabilização deve ser considerada em todas as etapas da obra, em construções de qualquer porte, para garantir a durabilidade e a saúde das habitações. Por isso, é fundamental conscientizar os profissionais envolvidos em todo o processo, das lojas de material de construção aos arquitetos, engenheiros, projetistas e construtoras.

ANJO TINTAS

A Anjo Tintas percebe que o consumidor brasileiro ainda não é acostumado a se preocupar tanto com a impermeabilização da edificação, sendo uma etapa de extrema importância para a vida útil da construção. "Quando bem feita a impermeabilização vários problemas são evitados no acabamento final. Percebemos, portanto, um gigantesco mercado a ser explorado pelas empresas produtoras desse segmento", diz Filipe Freitas Zuchinall, gerente técnico Unidade Revenda.

CERAMFIX

Luciano F. Landa, Gerente de Marketing / Marketing Manager explica que o Ceramlastic Ceramfix é um produto bicomponente de base cimentícia que possui em sua composição aditivois de última geração e copolímeros extremamente flexíveis.

" O produto é indicado para impermeabilização ex-

posts ou sob revestimentos e como membrana de proteção", diz.

E destaca a importância do manuseio do produto: "Recomendamos a utilização correta de EPIs (máscara anti-pó, óculos de segurança, luvas de borracha e botas de segurança."

DENVER IMPERMEABILIZANTES

Sérgio Guerra, diretor da Denver Impermeabilizantes explica que o mercado de impermeabilização está crescendo muito no Brasil. "Mas ainda é preciso que as pessoas tenham mais informações sobre os benefícios dos produtos. O maior problema é que o mofo é um dos piores condutores de bactérias que vão atacar o sistema respiratório e, com os vírus existentes, a saúde das pessoas está em risco", alerta.

Reconhece que o brasileiro está mais informado sobre a importância da impermeabilização em suas residências. "Antes, as pessoas moravam em suas casas. Agora elas vivem em suas casas. E percebem as deficiências ou o desgaste das suas residências. O aparecimento do mofo nas paredes não é só um problemas estético. Tem a ver com saúde e precisa ser combatido com produtos adequados.Nosso grande trabalho é levar informação para os revendedores para que estes possam informar os grandes influenciadores dos consumidores: os profissionais da construção", diz.

O segmento de impermeabilizantes vem acompanhando o crescimento do setor da construção civil. "O que vimos especificamente no varejo foi a procura por soluções mais definitivas, ao invés das paliativas. O consumidor final deixou de fazer o famoso "quebra galho" para resolver, de uma vez por todas, seus problemas com umidade e infiltração. Com isso, os produtos destinados a soluções de maior durabilidade, tiveram destaque em crescimento de vendas durante os dois últimos anos, como por exemplo as mantas asfálticas e argamassas poliméricas, produtos que por suas características, promovem sistemas mais duradouros de impermeabilização.

Essa tendência tende a permanecer uma vez que o consumidor passa a perceber as vantagens econômicas e psicológicas de se resolver de uma vez só problemas tão recorrentes provocados pela umidade, evitando assim todo os desconfortos causados em uma reforma, como barulho, sujeira e gastos, além de garantir um ambiente mais saudável sem o risco do aparecimento indesejado de mofos que causam tantos problemas alérgicos e respiratórios.

E é justamente pensando nesse ganho das soluções definitivas que a Denver vem investindo no desenvolvimento de produtos inovadores, visando não só a redução do "quebra-quebra", mas principalmente a garantia de um ambiente saudável e salubre", finaliza.

DRYKO IMPERMEABILIZANTES

Como especialista no segmento de impermeabilização, a DRYKO Impermeabilizantes possui, em seu mix, diversos itens para essa finalidade. A linha de mantas asfálticas está entre os principais produtos do portfólio.

"Estamos otimistas com o mercado para 2022. Apesar das dificuldades que ainda deverão ser enfrentadas, como inflação, juros elevados, desemprego e persistência da pandemia, prevemos crescimento no setor da construção civil e no segmento de impermeabilizantes.

Com fortes investimentos direcionados à área produtiva, com aquisição de equipamentos, novas instalações, laboratórios e desenvolvimento de produtos, além do reforço das equipes de promotores, trade marketing e representantes de vendas, a expectativa é de um crescimento acima de 30% no varejo, para 2022. Nossas estratégias estão focadas na expansão da marca no mercado e na maior proximidade com clientes e consumidores", diz David Bigio, Diretor Comercial da DRYKO Impermeabilizantes.

EUCATEX

O portfólio atual possui os produtos: Pintura Impermeável, Manta Líquida Emborrachada, Resina Acrílica E Silicone.

Argemiro Sanches, gerente de marketing da Eucatex, também destaca a importância da impermeabilização para evitar problemas com infiltrações, eflorescências e vazamentos. "É um segmento que está em ascensão, os consumidores buscam produtos que ofereçam maior qualidade, durabilidade e principalmente proteção, para suas residências. Percebemos uma evolução na demanda de produtos para esse segmento, em que o cliente está mais atento à qualidade percebida. Nosso desafio é contribuir com melhores produtos para atendimento às mais diversas necessidades desse segmento. Para 2022 teremos novidades para compor nosso portfólio de produtos para linha de impermeabilizantes, aguardem!", diz.

MACTRA

No mercado da Construção Civil, amplo e em constante evolução, a Mactra se encontra no segmento da impermeabilização, que ainda segue sendo pouco explorado no contexto brasileiro. É clara esta informação pois estima-se que 80% dos imóveis no país apresentam problemas com umidade e infiltração, causados muitas vezes por falta ou falha nos processos de impermeabilização.

Com o cenário trazido pela pandemia, a percepção dos brasileiros sobre o cuidado com o lar mudou, e segue mudando, uma vez que as famílias estão mais tempos dentro de suas casas. O resultado foi uma relação mais direta entre a busca por conforto e a realização de obras de todos os tamanhos. E um dos focos têm sido a solução de problemas de infiltração, mofo e umidade.

O aumento das obras alavancou as vendas no segmento, que chegou em um novo patamar nos últimos dois anos. Sempre acompanhando a tendência, e muitas vezes superando o mercado, a Mactra têm crescido para levar a um público cada vez maior o seu propósito:

"Fazer o produto certo para cada aplicação e ensinar a usar corretamente. "

Hoje os produtos Mactra são distribuídos em todas as vias do nosso mercado, alcançando o varejo de material de construção, lojas de tintas e distribuidoras e construtoras. Além disso, cumprindo nosso compromisso de difundir conhecimento sobre impermeabilização, atuamos nas obras e em ações com aplicadores, dando as instruções corretas sobre como, quando e onde utilizar cada uma das nossas soluções.

Pelo segmento dos impermeabilizantes ser mais técnico, é possível que o lojista tenha uma margem maior de ganhos, estimulando a entrada deste tipo de produto em lojas que ainda não conhecem ou trabalham com eles. Este ponto é um dos grandes responsáveis pelo destaque que a nossa área tem ganhado e, consequentemente, pelo impulsionamento o mercado da Construção Civil.

Este vínculo entre consumidores, lojistas e seus funcionários, profissionais da área e a Mactra é o ponto-chave que temos trabalhado, pois percebemos que é ele quem dita o crescimento das marcas. E é por isso que nosso foco tem sido preservar e fortalecer nossas relações com todos a nossa volta.

QUARTZOLIT

"Na Quartzolit, trabalhamos com um portfólio crescente de impermeabilizantes para acompanhar as necessidades do mercado de construção civil, com um olhar atento para os nossos clientes, consumidores e dos profissionais do segmento", diz Vinicius Araujo – Diretor Executivo de Marketing Saint-Gobain Produtos para Construção.

A Quartzolit entende que o mercado de impermeabilizantes é um mercado que tem muitas possibilidades de crescimento e trabalhamos constantemente com o intuito de popularizar cada vez mais essa categoria de produtos e favorecer a educação e conscientização para que a impermeabilização passe a ser preventiva e não somente corretiva.

SIKA

Há alguns anos, a Sika observa uma movimentação cada vez mais crescente na Tecnologia de produtos asfálticos em âmbito mundial. De olho nesse crescimento, a Sika passou a adquirir diversas Indústrias deste segmento, marcando presença em mais de 15 países com unidades fabris. Com o objetivo de unificar todas as marcas que foram adquiridas pelo Grupo Sika ao longo do tempo, a Organização acaba de anunciar o lançamento de sua nova marca global SikaShield®.

A estratégia é ter uma única linha de mantas asfálticas em âmbito mundial, onde em médio prazo, esse esforço global fará com que a Sika se torne líder no segmento de mantas asfálticas em todos os países em que atua.

Sob o guarda-chuva da marca SikaShield®, serão disponibilizadas diversas variações de mantas asfálticas, com especificações diferenciadas e finalidades singulares, para atender todos os requisitos técnicos. Dessa forma, o grupo garante que os produtos oferecidos mantenham o selo Sika de qualidade garantindo a ótima performance durante suas aplicações e durabilidade. "Como integramos químicos de todo o mundo, conseguimos criar uma sinergia de alta qualidade com base no desenvolvimento de tecnologias avançadas e fórmulas inovadoras" afirma o ENG. Anderson Oliveira, Coordenador de Desenvolvimento de Mercado da Sika.

Outro ponto importante é que a subsidiária brasileira da Sika é fabricante de mantas asfálticas e distribui os produtos em toda América do Sul, garantindo a entrega para todos os países do continente. "Onde quer que sua obra esteja, a Sika pode fazer parte dela. Nós contamos com fornecedores em todos os lugares do mundo,

o que assegura a presença dos produtos desenvolvidos pela companhia, em qualquer país".

Com o propósito de comunicar de forma singular, o marketing da empresa também está trabalhando neste grande lançamento. Serão veiculadas peças digitais, com a nova identidade visual da marca e os atributos carregados pela nova marca.

Hoje a companhia também abrange as marcas BR Massa®, Ciplak®, LigamaxGold®, PortoKoll®, Qualimassa, Quartzobrás e Quimicryl, oferecendo a solução completa para a obra.

VEDACIT

Líder no mercado de impermeabilização, a Vedacit conta com mais de 100 produtos em seu portfólio para o varejo nas linhas de impermeabilizantes, adesivos, aditivos, argamassas poliméricas, selantes e materiais para a recuperação de estruturas, entre outros. Entre os principais para impermeabilização estão o próprio Vedacit, que oferece o nome para toda a linha, a argamassa polimérica Vedacit Vedatop, a família de mantas líquidas Vedacit Vedapren, as Vedacit Fita Multiuso e a Vedacit Manta Asfáltica. Nós temos a mais moderna fábrica de mantas asfálticas e fitas multiusos da América Latina, localizada em Itatiba.

"Em 2021, a Vedacit apresentou um crescimento robusto de 31% em receita líquida e 9% em volume em comparação ao ano anterior, ambos acima da média de mercado. O ano foi particularmente desafiador por conta do aumento das matérias-primas, em especial os derivados de petróleo, e das rupturas em embalagens. Nosso time de suprimentos esteve próximo aos fornecedores buscando minimizar essa adversidade perante o mercado. Além disso, buscamos ter uma comunicação

CONSTRUÇÃO SAUDÁVEL

O Movimento Construção Saudável reúne as empresas Mactra, Sika, Vedacit e Viapol com o objetivo de conscientizar a população sobre a importância de cuidar da saúde das habitações e das pessoas.

Criada em 2019, a iniciativa discute os benefícios de impermeabilizar de forma correta e as consequências que o processo traz para a saúde das pessoas. O Movimento promove ações em eventos, revendas, home centers e demais pontos de venda. Conscientes do impacto na vida da população e de que grande parte espera o problema aparecer ao invés de prevenir, as empresas criaram o Movimento para fortalecer a importância do setor e transformar essa realidade.

O Brasil tem 16 milhões de moradias inadequadas, segundo estudo da Fundação João Pinheiro (2015). Estima-se que 80% dos imóveis no país apresentam problemas relacionados a umidade e infiltração. A maioria das pessoas espera o problema aparecer ao invés de prevenir e o objetivo do Movimento é mudar essa realidade, discutir os benefícios de impermeabilizar de forma correta e quais são as consequências desse processo para a saúde das pessoas.



Segundo dados do IBI (Instituto Brasileiro de Impermeabilização), a umidade responde por 85% dos problemas encontrados nas construções brasileiras. Existe um grande desconhecimento sobre para que serve a impermeabilização, o que ela evita e o quanto a sua falta pode afetar a saúde das pessoas. Ao falar sobre o mofo, normalmente o que dizem é para arejar a casa e raramente citam a impermeabilização do imóvel. A umidade pode causar diversas doenças respiratórias e as pessoas que adoecem não conseguem resolver o problema se não souberem que o problema está vindo de suas próprias casas. Justamente para trazer esse esclarecimento que fazemos um forte trabalho no Movimento.

O Movimento Construção Saudável está dividido em quatro fases. A primeira começou com o trabalho interno, ou seja, o engajamento dos colaboradores das quatro empresas. O segundo passo são os lojistas e revendedores de materiais de construção. As etapas seguintes incluem a mobilização de outras empresas fabricantes de impermeabilizantes, parceiros comerciais, profissionais da construção, da saúde e a mídia.

bem ativa junto aos nossos clientes lojistas aproveitando todas as oportunidades", diz João Roberto Ximenes, diretor Comercial da Vedacit.

Para 2022, a empresa está otimista de crescimento. Isto pode ser observado no investimento de R$ 178 milhões no plano de expansão da estrutura fabril em Itatiba, interior de São Paulo, a partir desse ano. Nossa expectativa é de crescer em torno de 19% em receita e 1,5% em volume em comparação com 2021. Para isso, estamos ampliando o nosso portfólio, tanto para o varejo como para construtoras, e mantendo um plano de investimentos em marketing e trade marketing para apoiar as vendas no ponto de vendas e sell out. Acreditamos que o maior cuidado com o lar se manterá daqui para frente. Há a abertura de muitos canteiros de obras de lançamentos de 2021 que apoiarão também esse crescimento", encerra Ximenes.

VIAPOL

Jorge Lima, engenheiro e Gerente de Marketing Estratégico da Viapol, também compartilha com a opinião geral dos fabricantes de que o mercado nacional de impermeabilização é ainda marcado por um desconhecimento sobre a sua importância, considerando sua capacidade de proteger as construções, permitindo maior qualidade de vida dos usuários, devido a redução de infiltrações que provocam mofo, bolores e outras patologias, que culminam com a desvalorização dos imóveis.

"Apesar deste cenário, as indústrias fornecedoras

SISTEMAS DE IMPERMEABILIZAÇÃO

Em função da elasticidade, os diferentes sistemas de impermeabilização são divididos em rígidos e flexíveis. A especificação do produto mais adequado para cada caso vai depender de diversos fatores, tais como a solicitação imposta pela água na parte que necessita ser impermeabilizada, a tendência dessa área à movimentação, sua exposição a intempéries, tamanho, interface com os outros sistemas construtivos, entre outros.

IMPERMEABILIZANTES FLEXÍVEIS

Esses sistemas possuem valores maiores de alongamento e, por isso, são indicados para áreas sujeitas a movimentações, trepidações e ao intemperismo. Os materiais geralmente utilizados nas impermeabilizações flexíveis são: mantas asfálticas; membranas asfálticas moldadas a quente ou a frio; membranas acrílicas; membranas de poliuretano; membranas de poliuretano com asfalto.

Aplicações: lajes de cobertura em geral, estacionamentos, piscinas, coberturas verdes, terraços, calhas, banheiros e lavabos, cozinhas, áreas de serviço, jardineiras e floreiras, reservatórios de água elevados. "Membranas flexíveis não devem ser aplicadas em áreas da edificação sujeitas à pressão negativa", alerta Maria Amélia.



Instalação: a aplicação das mantas asfálticas se dá com o auxílio de maçarico. Já as membranas asfálticas e acrílicas são aplicadas com rolos de pintura ou broxas, ou vassouras especiais, no caso de asfalto a quente. As membranas de poliuretano são assentadas com rolos.

IMPERMEABILIZANTES RÍGIDOS

As impermeabilizações rígidas têm módulo de elasticidade próximo ao da argamassa ou concreto sobre o qual será executada. Estes são os tipos mais comuns encontrados no mercado.

- A argamassa impermeável, bastante utilizada como reboco e contrapiso, é preparada na obra, com a adição de um aditivo impermeabilizante à mistura de cimento, areia e água.
- As argamassas poliméricas são produtos industrializados, prontos para uso, bastando que o componente líquido (emulsão de polímeros) e o em pó (cimentos e aditivos minerais) sejam misturados e homogeneizados.

e prestadores de serviço deste setor, vem trabalhando com afinco para romper essa barreira do desconhecimento e garantindo maior valorização dos sistemas de impermeabilização e suas funções. Vários programas estão em curso, por instituições e empresas, a exemplo do programa "Construção Saudável", que tem como objetivo mobilizar a sociedade em prol da saúde da construção e o seu reflexo na saúde das pessoas", informa.

A Viapol, nos últimos cinco anos, dobrou o volume de vendas para o varejo da construção. A partir de 2017, a empresa vem implementando, através de uma equipe especializada, estratégias focadas para a aceleração do varejo, pois entende que é o momento de investir neste mercado extremamente competitivo.

• VITRINE • VITRINE • VITRINE • VITRINE • VITRINE •



ANJO TINTAS

Manta Líquida Emborrachada: para a impermeabilização de lajes de concreto, sacadas, calhas, entre outras superfícies horizontais. Depois de seca, forma uma película elástica impermeável, que evita a passagem de água protegendo a superfície contra infiltrações, fissuras, algas, fungos e mofo, além ser branco, o que faz refletir os raios solares reduzindo parte do calor absorvido pela estrutura.

Impermeabilizante Emborrachado: utilizado para impermeabilizar paredes de alvenaria, impedindo que a água da chuva penetre na parede. Quando curado, forma uma película elástica e impermeável que impede a infiltração da água provocada pela chuva. Possui excelente flexibilidade e acompanha os pequenos movimentos de dilatação e retração.





BRASILIT

Manta Térmica Dupla Face Brasilit: Pertencente à linha de acessórios da Brasilit, essa manta térmica aluminizada é uma subcobertura capaz de reduzir a troca de calor entre os ambientes, deixando o interior das residências até 5 °C mais frescos no verão e mais quentinhos no inverno. Além disso, protege o ambiente interno contra infiltrações.

Manta Térmica Isolante Premium: É uma subcobertura termo acústica da Brasilit, também pertencente a linha de acessórios, que pode ser instalada em todos os tipos de telha. Garante estanqueidade, protegendo o interior da construção contra infiltrações, proporciona mais frescor ao ambiente, reduzindo a temperatura interna em até 8 °C. Já no inverno, o produto retém a perda de calor, mantendo a temperatura do ambiente sempre agradável e diminuindo os gastos com sistemas de refrigeração e aquecimento. Além disso, proporciona conforto acústico reduzindo os ruídos causados pela chuva.



CERAMFIX



Ceramlastic Ceramfix é um produto bicomponente de base cimentícia que possui em sua composição aditivos de última geração e copolímeros extremamente flexíveis formando uma membrana polimérica altamente deformável. O produto é indicado para impermeabilizações expostas ou sob revestimentos e como membrana de proteção a estruturas e superficies em contato com a água.



Isola Água Top Ceramfix é impermeabilizante semiflexível à base de cimento e agentes cristalizantes que aumentam a proteção em contato com a umidade, de fácil aplicação e resistente a pressão positiva e negativa de água. Combate a penetração de umidade em estruturas, alvenarias e pisos sem movimentação estrutural.

DENVER



DENVERTEC 100: É uma argamassa polimérica bicomponente à base de cimentos especiais, aditivos minerais e polímero acrílico, que formam um revestimento com propriedades impermeabilizantes. Utilizada na impermeabilização de banheiro, cozinha, lavanderia, umidade de rodapé, paredes internas e externas, baldrame, cortina e estruturas de concreto armado enterradas como piscina, tanque e reservatório de água potável. Também é utilizada como base para receber revestimento impermeabilizante cimentício flexível.



IMPERMANTA LAJE: Manta asfáltica impermeabilizante com armadura de poliéster modificado com polímeros, estruturada com armadura de poliéster. É recomendada para a impermeabilização de lajes com pequenas dimensões, áreas frias, áreas molháveis ou molhadas, sacadas, baldrames e como camada de sacrifício em sistemas de dupla manta asfáltica.

IMPERMANTA TELHADO: É uma manta asfáltica autoprotegida que possui em uma das faces filme aluminizado que permite sua exposição direta ao sol, sem necessidade de proteção mecânica. Indicada para aplicação sobre platibandas, telhados, calhas, lajes com acesso eventual de pessoas para manutenção. Não deve ser permitido transporte de carga sobre a área.

DRYKO IMPERMEABILIZANTES



DRYKOMANTA VEDATUDO: Indicada para as mais diferentes aplicações, desde pequenas lajes, telhados, terraços, sacadas e varandas; áreas frias, baldrames, piscinas, muros de arrimo, entre outros locais, possuem espessura uniforme, são fabricadas à base de asfalto modificado, que garante maior resistência, flexibilidade e durabilidade. Estão disponíveis em rolos de 1m x 10m e de 1m x20m e diversos tipos de acabamento (polietileno, alumínio, geotêxtil), que possibilitam a aplicação numa ampla gama de superfícies, como telhados, lajes, reservatórios, jardineiras, paredes de encostas e áreas frias.



Linha **DRYKOFITA** de fitas autoadesivas multiúso, de fácil aplicação e que proporciona solução imediata para gotejamentos e vedações. Indicadas para telhados, rufos, claraboias, dutos de ventilação e ar condicionado, reparos rápidos em toldos, baús e similares, contam com sistema de reflexão térmica e resistência aos raios solares, chuvas e ventos. A linha está disponível nas versões terracota e alumínio e oito medidas (90, 60, 45, 30, 20, 15, 10 e 5cm x 10m), facilitando a aplicação e evitando desperdícios de recorte.



DRYKOFITA LÍQUIDA VEDATUDO é uma emulsão acrílica, com cargas minerais inertes e aditivos para vedação de trincas e fissuras em telhas e lajes ocasionadas pela movimentação estrutural e furos deixados por pregos ou parafusos. Pode ser aplicada em lajes, telhas, calhas e rufos, impedindo a penetração de água.



O **DRYKOPRIMER** é uma pintura asfáltica para imprimação à base de água, que garante cobertura com única demão. Pode ser utilizado na imprimação para mantas asfálticas, fitas asfálticas e emulsão e solução asfáltica; como pintura impermeabilizante em baldrames e alicerces; em fundações e sapatas, mourões e postes, em substratos, como madeira, metal, argamassa e concreto. Sua formulação garante a melhor aderência de manta e fitas, é atóxico, de alta durabilidade e inodoro. Disponível em pouch de 1 litro, galão de 3,6 litros, balde de 18 litros e tambor de 200 litros.

EUCATEX



Manta Líquida Emborrachada para impermeabilização de lajes e telhados, um produto de alta performance para aplicação a frio, que forma uma membrana elástica impermeável, resistente a ação de intempéries. A Manta Líquida contribui para a redução da temperatura em lajes e telhados atuando como isolante térmico e pode ainda ser usada em lajes, telhas de amianto, telhas galvanizadas, caixas d'água cimentícias, rufos e calhas.



Pintura Impermeável Acrílica Premium, um produto de alta performance que é indicado para selar e impermeabilizar paredes contra batida de chuva. Possui hidro repelência que protege as superfícies externas dos imóveis. Sua fórmula inovadora proporciona acabamento fosco e sem cheiro após três horas de aplicação.



Resina Acrílica e o Eucatex Silicone são indicados para a proteção desses revestimentos, pois possuem fácil aplicação, penetram na superfície e previnem contra o escurecimento precoce dos materiais e dos rejuntes, bem como impedem a umidade no interior das edificações. A Resina Acrílica adiciona um brilho à superfície, enquanto o Silicone é a escolha ideal para quem busca um acabamento natural, sem brilho.

MACTRA



IMPERALL PREMIUM 10 EM 1 É um impermeabilizante para paredes externas, indicado contra a batida de chuva e, consequentemente contra os males que as infiltrações podem causar nesta área. O Imperall Premium 10 em 1 possui este nome pois impermeabiliza, resiste a sol e chuva, elimina fissuras, protege contra a maresia, hidro-repelente, antimofo, supercobertura, sela, pinta e dá acabamento. Absorve as fissuras de retração da argamassa graças a sua tecnologia única no mercado. Sua composição permite aplicação em diversas superfícies, como blocos de cimento, tijolos e concreto aparente.



VEDBEM FIBRAS Vedbem Fibras é um impermeabilizante especialmente desenvolvido para piscinas, reservatórios de água potável, áreas frias e sacadas. É uma argamassa polimérica elástica bicomponente, à base de cimento e polímeros acrílicos, reforçada com fibras sintéticas de polipropileno. A forma de preparo é simples e rápida, misturando os dois componentes da embalagem,já está pronto para uso.



QUARTZOLIT



Manta líquida branca quartzolit é um impermeabilizante flexível e elástico para lajes e coberturas sem trânsito, como lajes de concreto armado e telhas de fibrocimento e telhas cerâmicas. Após secagem, forma uma membrana de alta resistência química. Embalagem: disponível em baldes de 4,5kg e 18kg. Cor: Branca (pode ser pigmentada). Validade: 24 meses.



Tecplus top quartzolit é sinônimo de categoria no mercado em argamassa polimérica! O produto é uma argamassa ideal para áreas úmidas, que recebem água em abundância como banheiros, cozinhas e áreas de serviço, muros, rodapés e jardineiras. Também pode ser aplicada em reservatórios enterrados, fundações e alicerces. Embalagem: disponível em caixas de 4kg e 18kg. Cor: Cinza. Validade: 12 meses.



Tecplus 1 quartzolit é um aditivo líquido impermeabilizante de composição mineral para concreto e argamassa, quando é adicionado à água de amassamento proporciona a redução da permeabilidade para evitar a umidade e infiltração d'água na argamassa. Aumenta a coesão das argamassas, para melhor trabalhabilidade. Pode ser aplicado concretos e argamassas em elementos que estejam expostos à umidade e à pressão da água. Embalagem: disponível em embalagens de 1L, 3,6L e 18L. Cor: Branca leitosa. Validade: 24 meses.



Impermeabilizante manta asfáltica tipo II 3mm quartzolit: Manta asfáltica produzida a partir da modificação física do asfalto com uma mescla de polímeros especiais que proporcionam à manta excelente aderência, durabilidade e resistência, garantindo a perfeita impermeabilização da área a ser utilizada. Alta resistência; Alta aderência.



SIKA

SikaShield® E45 PE Tipo III 4 mm é uma manta impermeabilizante pré-fabricada à base de asfalto modificado com polímeros elastoméricos e estruturada com poliéster pré-estabilizado.

É necessário fazer proteção mecânica para proteção da manta. O produto atende à ABNT NBR 9952, como Classe A.



SikaShield® P44 PE Tipo I 3 mm é uma manta impermeabilizante pré-fabricada à base de asfalto modificado com polímeros e estruturada com filme de polietileno.

É necessário fazer proteção mecânica para proteção da manta. O produto atende à ABNT NBR 9952, como Classe A.

VEDACIT



Vedacit Vedapren: a manta líquida tem grande durabilidade e aderência. Deve ser aplicada a frio, sem emendas. O produto vem pronto para uso e pode ser moldado no local de aplicação, cobrindo lajes, jardineiras, floreiras, calhas, varandas e áreas molháveis com uma proteção impermeável e flexível. A família também possui o Vedacit Vedapren Branco, Vedacit Vedapren Fast.



Vedacit Manta Asfáltica: é indicada para impermeabilizar telhados, lajes, marquises, estacionamentos, piscinas, coberturas de indústrias e supermercados, entre outras diversas possibilidades. A linha completa inclui mantas com acabamento de Alumínio ou Ardósia e linhas específicas por tipo de aplicação, como: Jardins, Piscina, Lajes Baixa circulação, Lajes Médias circulação e Lajes Alta Circulação. Para o consumidor encontrar facilmente qual a mais indicada para sua necessidade, todas são identificadas por tipo de uso e aplicação. A embalagem mostra também qual a circulação e peso adequados e outras possíveis aplicações.



Vedacit Vedapren Parede: protege as paredes externas contra batidas de chuva e fissuras, evita que a umidade externa alcance a superfície interna e assegura a salubridade dos ambientes, prolongando a boa aparência do imóvel. Prática, é uma pintura impermeável, elástica e de base acrílica. Além da performance eficiente, elimina etapas da obra, pois sela, impermeabiliza e dá acabamento, trazendo mais economia e praticidade para reforma e construção. Pode ser aplicada sobre diferentes tipos de superfícies, como concreto, fibrocimento, reboco.

VIAPOL



Torodin Manta asfáltica produzida a partir da modificação física do asfalto com polímeros, estruturada com não tecido de filamentos contínuos de poliéster previamente estabilizado.



Vandex Super É um impermeabilizante por cristalização, mono componente, aplicado em forma de pintura na superfície do concreto. Interage com os produtos de hidratação do cimento, através de um processo de ativação química com a umidade presente na capilaridade, formando uma matriz cristalina insolúvel. O Vandex Super protege o substrato de concreto nas pressões de água positivas e negativas, águas subterrâneas, efluentes domésticos, águas salinas e alguns tipos de efluentes químicos.



Vedalage Banheiros e Cozinhas é uma membrana impermeabilizante à base de copolímeros especiais, resistente à alcalinidade e ideal para impermeabilização de áreas frias.



Viaplus rápido Revestimento impermeabilizante, semiflexível, mono componente, à base de cimentos especiais, aditivos minerais e polímeros e excelentes características impermeabilizantes de secagem rápida.

LANÇAMENTO

SUPERPREN



7 EM 1



Alta qualidade na impermeabilização e proteção da sua casa.

- ***1 - Sela***
- ***2 - Impermeabiliza***
- ***3 - Dá acabamento***
- ***4 - Antimofo***
- ***5 - Contra batidas de chuva***
- ***6 - Filme elástico e resistente***
- ***7 - Bactericida***

TintasEucatex @Tintaseucatex

Tintas Eucatex Oficial

www.tintaseucatex.com.br

TINTAS eucatex

VONDER: 25 ANOS DE UMA HISTÓRIA DE SUCESSO!

A VONDER começa 2022 celebrando seus 25 anos de mercado e tem o prazer de contar a sua história durante as edições da revista **Revenda Construção**. A Revenda é uma das principais parceiras de mídia da marca e responsável por divulgar novos produtos e tecnologias que a VONDER traz ao mercado, contribuindo para que a marca tenha uma forte projeção no decorrer de sua trajetória.

Seguindo uma ascendente, não só de qualidade percebida de seus produtos, mas sobretudo, na amplitude inquestionável do seu mix e força de sua estrutura comercial e logística, a VONDER tem uma sólida presença de mercado, que lhe assegura a posição de detentora do melhor e mais completo mix de ferragens, ferramentas, máquinas e equipamentos profissionais do Brasil. O reconhecimento cresce na mesma proporção, fazendo da VONDER, também, a marca mais premiada no mercado em que atua.

O que está por trás desse trabalho e história é o que você vai conhecer a partir de agora, em uma narrativa construída com uma mistura de boas ideias, muito trabalho, dedicação e, é claro, a escolha das ferramentas certas, que fazem da VONDER uma referência em tudo que faz!



Desde a criação da marca em 1997 e o lançamento do seu primeiro produto, o VONDER LUB, a VONDER não parou de crescer. Um histórico de evolução visível, incrementando seu portfólio ano a ano e surpreendendo o segmento por sua expansão e aprimoramento constantes em diversas categorias e linhas, primando pelo elevado rigor técnico, desempenho e durabilidade de suas ferramentas, junto à ampla variedade de produtos, destinados a diferentes segmentos profissional e industrial.

A VONDER é a principal marca do Grupo OVD, uma das maiores empresas de ferragens e ferramentas do país, com mais de 50 anos de mercado e dedicação aos seus parceiros e clientes.

Contando com a forte infraestrutura administrativa, comercial e logística de toda OVD, a VONDER se diferencia e trabalha diariamente no desenvolvimento e na comercialização de seus produtos de forma particular, identificando as necessidades do mercado e oferecendo itens que são referência, tanto para quem revende, quanto para quem trabalha com as suas ferramentas!



O mix VONDER é sinônimo também de versatilidade e ganha força e reconhecimento, com alguns itens que se tornaram verdadeiros *best-sellers* da marca, como as tradicionais trenas, ferramentas manuais, abrasivos, EPIs e a linha de máquinas e equipamentos, com itens como máquinas e acessórios para solda, ferramentas elétricas, a bateria e pneumáticas, equipamentos a combustão, entre muitos outros. Produtos que se destacam pela alta *performance*, rigor técnico, segurança e durabilidade, atributos que também contribuem para que a VONDER seja sinônimo de excelência em ferramentas e uma marca de especialidades profissionais.



EVOLUÇÃO CONTÍNUA



A VONDER acredita que acompanhar tendências e manter o foco na necessidade de cada atividade profissional, aliando tecnologia e rigor técnico, são a base para diferenciar o seu negócio. Um dos grandes méritos da marca está no *expertise* de desenvolvimento de novos produtos. Por isso, acompanhar cada detalhe, desde a composição da matéria-prima, *performance*, *design* para a máxima funcionalidade e ergonomia de um item, com constante olhar e crivo técnico, é primordial para o aprimoramento constante dos produtos VONDER.

A marca conta com mais de 12 mil itens e mantém um compromisso constante com a inovação, primando por novidades que possam agregar sempre a inúmeras atividades.

Cada produto desenvolvido passa por um rigoroso processo, percorrendo um longo caminho de análise do projeto, matérias-primas, aferições de resistência, durabilidade e desempenho, além de muitos outros atributos inerentes à sua função e expectativa de uso.









Nas próximas edições da Revenda Construção, você irá conhecer um pouco mais os motivos que tornaram a VONDER uma das mais importantes marcas de ferramentas do mercado nacional. Você é nosso convidado para entender alguns detalhes do trabalho realizado na OVD para o desenvolvimento dos produtos VONDER, que refletem diretamente em tudo que você comercializa e trabalha, seja na sua loja, empresa ou obra!



PERSPECTIVAS MATERIAL DE CONSTRUÇÃO 2020 – O MOMENTO DA INFLEXÃO

POR NEWTON GUIMARÃES

Antes de arriscarmos um olhar para o futuro, a fim de apurarmos a visão, vamos, sucintamente, recapitular o que sabemos sobre o passado.

UM OLHAR PARA O PASSADO

Segundo a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC)| Comércio Material de Construção, o ano de 2020, quando ocorreu o boom de consumo de materiais de construção, foi o segundo melhor desempenho da série histórica da pesquisa, com crescimento de 10,8%, perdendo apenas para o ano de 2010, com crescimento de 15,7% (em volume de vendas/nominal deflacionado).

Já, nominalmente (volume de vendas inflacionado), foi o terceiro melhor desempenho, com crescimento de 16,8%, perdendo também para o ano de 2010, com crescimento de 20,6%, e para o ano de 2008, com crescimento de 18%, conforme ilustra o gráfico 1, que nos apoiará nessa primeira parte do artigo.

Em 2010 e 2020 foram tomadas medidas fiscais e monetárias pelo Governo Federal, que alavancaram ambas as vendas anuais: injeção de recursos financeiros no mercado de consumo, além de estímulos monetários, como a redução da Taxa Selic, justamente, para turbinar ainda mais o consumo interno.

E, se em 2010 tais medidas do então governo do presidente Lula visavam neutralizar os efeitos da Crise Internacional de 2008 (a segunda maior da história moderna da economia), em 2020, tais medidas visavam neutralizar os impactos da pandemia e medidas de isolamento social.

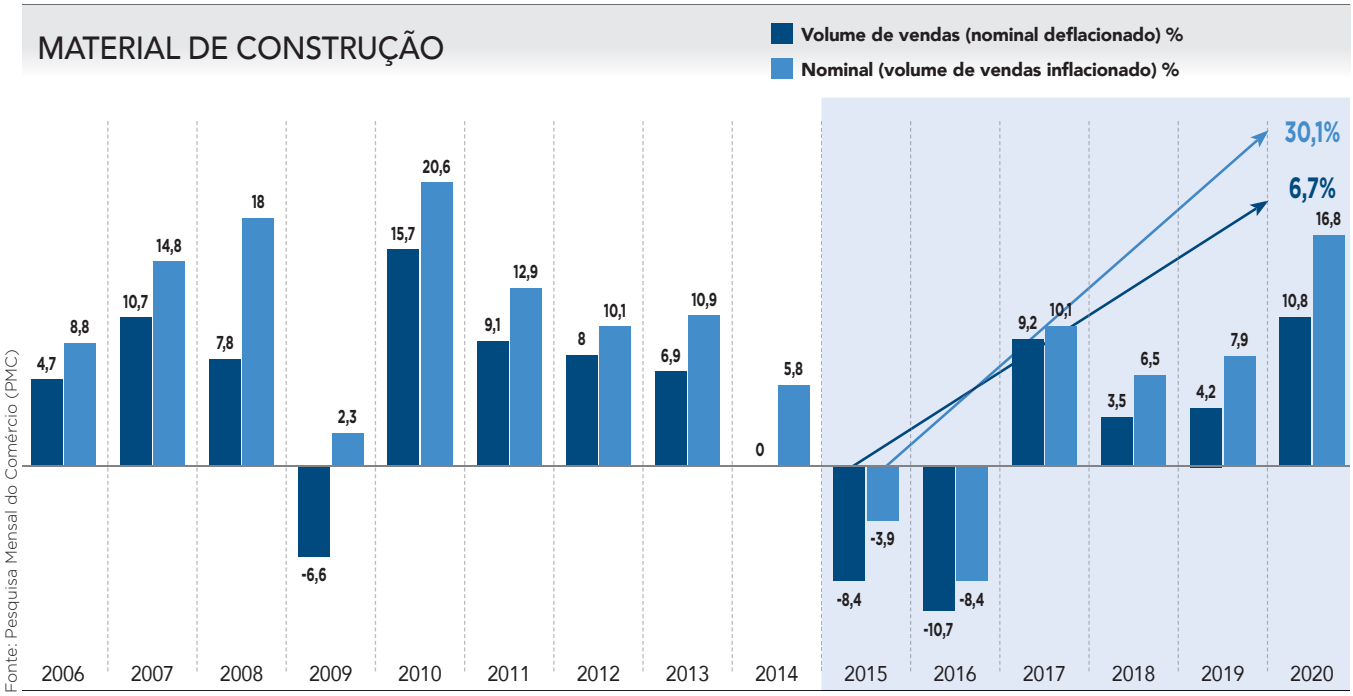
Tais medidas, em 2010, atingiram seus objetivos, porém, embalaram a eleição e governo de sua sucessora, presidente Dilma Rousseff, que mantendo e aprofundando o espírito estatizante desenvolvimentista e descomprometimento com a responsabilidade fiscal – que ganhou até um nome, "Nova Matriz Econômica" –, mergulhou lentamente o País naquela que seria sua maior crise econômica da história, quando o PIB encolheu impressionantes 6,7%, em 2016/2015 (base ano de 2014).

O comércio de materiais de construção, por consequência, viveu seu pior período comercial da história, quando decresceu impressionantes 18,2%, em volume de vendas, e 12%, nominalmente, em 2016/2015 (base ano de 2014).

Desde então, o comércio do segmento iniciou, em 2017, uma trajetória de recuperação de vendas, paralelamente à retomada da responsabilidade nas políticas fiscal e monetária do novo governo pós-impeachment da presidente Dilma Rousseff, que culminou, no final de 2020, num crescimento de 6,7%, em volume de vendas, e 30,1%, nominalmente, no acumulado dos comparativos "ano anterior", de 2015 a 2020 (base ano de 2014).

Logo, olhamos para o futuro num segmento comercial assentado numa base que cresceu por quatro anos consecutivos, como ainda ilustra o gráfico 1, que apoiou essa introdução.

GRÁFICO 1



UM OLHAR PARA O FUTURO

Aqui, olhar para o futuro é considerar o ano de 2021, recém-terminado, porém, como os dados finais do IBGE ainda estavam abertos até a data de entrega deste artigo (a previsão de atualização é 09 de fevereiro), utilizaremos nossas projeções estatísticas.

O resultado final consolidado será muito próximo – se não, exatamente - às projeções Fundação de Dados, em parceria com a empresa especializada em estatísticas Best Forecast Marketing e Modelagem, cujas estimativas indicam crescimento de 5,6%, em volume de vendas, e 28,8%, nominalmente.

Assim, é fato: fecharemos oficialmente o ano de 2021 com o quinto crescimento anual consecutivo de vendas, inclusive real, eliminando do cálculo a inflação (na métrica volume de vendas).

O que nos dará fôlego para encarar o "desafiante" (como eufemismo de "difícil") ano de 2022.

E muito do que acontecerá nos próximos meses, e mesmo anos, dependerá da competência e retomada da responsabilidade fiscal e monetária do Governo Federal, pós-pandemia, cujos sinais ainda são contraditórios, e que serão influenciados pelo acirramento do ambiente político num ano eleitoral.

Em outras palavras, o governo do presidente Jair Bolsonaro incorrerá nos mesmos erros do governo da presidente Dilma Rousseff?

Por ora, mesmo considerando uma desejável condução responsável da política econômica, a conjuntura emprego-renda-confiança do consumidor, que sob condições normais, ou seja, sem distorções comportamentais, como o "fique em casa", ou financeiras, como o auxílio emergencial, acaba definindo as vendas de bens de consumo duráveis (materiais de construção, móveis etc.), não nos permite traçar um cenário otimista.

Segundo dados disponíveis até a data de fechamento desta edição, relativos a mais recente Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNADC), mesmo com a recuperação de 8.674 milhões de empregos (pessoas ocupadas), no comparativo trimestre terminado em outubro de 2021 com trimestre terminado em outubro de 2020, ainda assim, houve queda de R$4,357 bilhões na massa salarial real (recursos financeiros no mercado de consumo advindos do trabalho).

Isso ocorre – e continuará ocorrendo no ano vigente –, devido à redução do rendimento médio real das pessoas ocupadas, de 11,1%, graças à combinação de dois fatores: inflação e alta demanda por vagas para uma oferta ainda restrita.

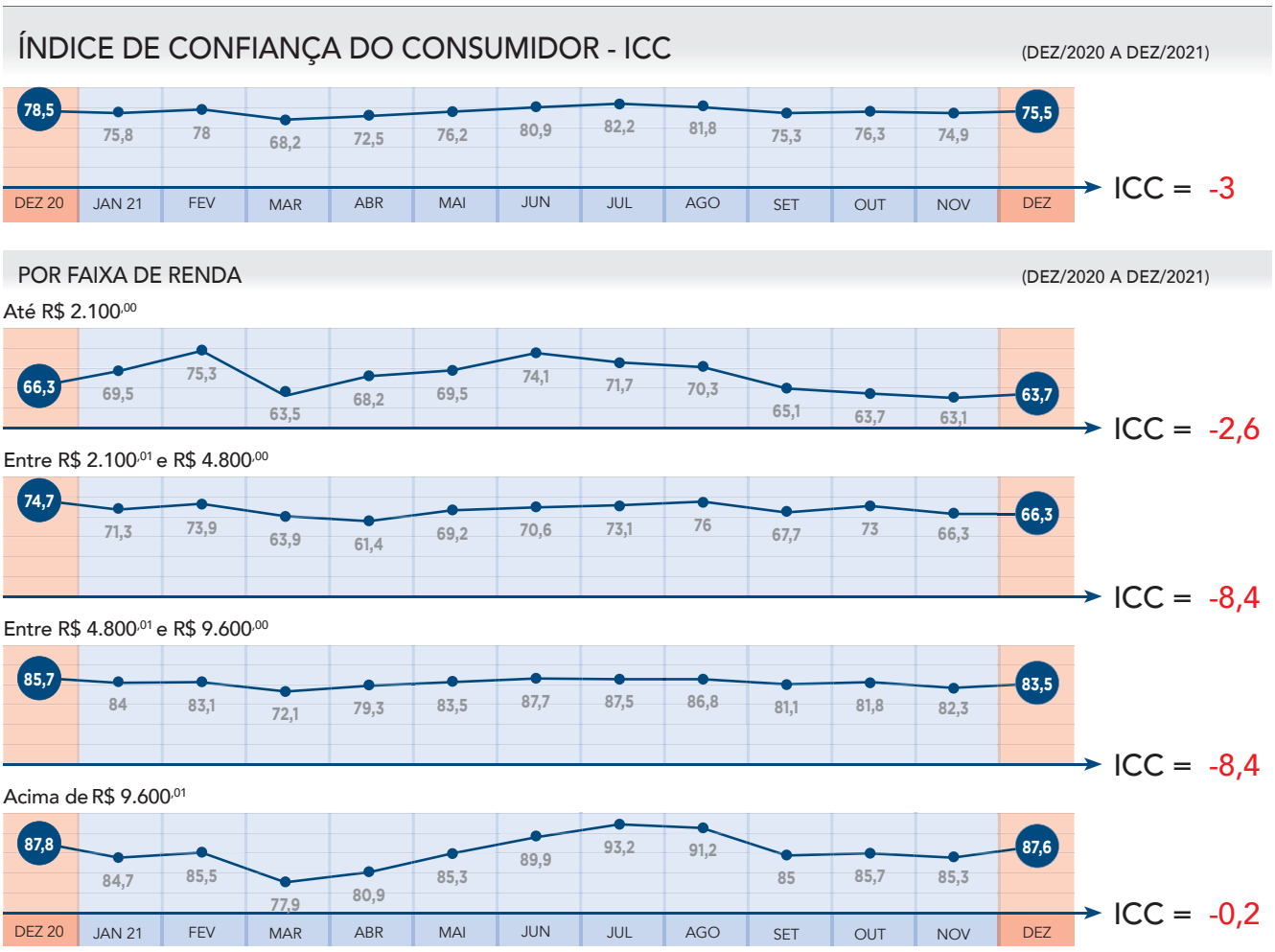
Essa situação deverá ser ainda mais crítica no primeiro trimestre de 2022, quando sazonalmente, o desem-

prego aumenta, devido, principalmente, às dispensas pós-período de festas do setor de serviço (maior empregador do País).

Por fim, a confiança do consumidor, em dados disponíveis até a data de fechamento desta edição, encerrou o ano em 75,5 pontos, ou -3 pontos do que no mesmo período de 2020, segundo o Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (IBRE/FGV).

Ainda, há de se ressaltar no Índice de Confiança do Consumidor (ICC) a distância entre as famílias de maior poder aquisitivo e as de menor poder aquisitivo: enquanto na faixa de renda até R$2.100,00 estava em 63,7 pontos, na faixa de renda acima de R$9.600,00 estava em 87,6 pontos, uma diferença de 23,9 pontos, a maior dos últimos 17 anos da série histórica, conforme ilustra o gráfico 2.

GRÁFICO 2



Segundo ainda o IBRE/FGV, ICC alto demonstra otimismo em relação às próprias finanças e economia do País, induzindo consumo. Já, ICC baixo, demonstra pessimismo, reduzindo consumo.

É fato que os consumidores de menor poder aquisitivo, principais beneficiados pelas medidas de proteção social do Governo Federal durante a pandemia, são também os mais afetados pela alta do desemprego, e, como vimos, consequentemente, estão menos confiantes e propensos a consumir.

Inclusive materiais de construção, cujo boom de vendas, entre maio de 2020 e maio de 2021 foi impulsionado, em grande parte, pela conjuntura auxílio emergencial, autoconstrução e precariedade das habitações brasileiras.

Na outra ponta, os consumidores de maior poder

aquisitivo, adequaram e melhoraram seus lares para uma nova realidade social, que deverá ser superada nos próximos meses. E, mesmo que não o seja, mesmo que a pandemia não seja superada, o quanto esses lares já não foram devidamente adequados e melhorados?

Nessa conjuntura emprego-renda-confiança do consumidor adiciona-se a elevação da taxa de juros básica da economia, que fechou em 2% ao ano, em 2020; 9,25% ao ano, em 2021, e, segundo projeções do Boletim Focus do Banco Central do Brasil (BCB) de 14 de janeiro, deverá fechar 2022 em aproximadamente 11,25%, encarecendo e inibindo a contratação de financiamentos para reformas, ampliações e construções residenciais, incluindo a compra de materiais de construção.

PROJEÇÕES 2022

Por fim, o quadro conjuntural descrito acima, por mais que se apoie em fontes confiáveis para embasá-lo, ainda assim, carrega certo grau de interpretação de cenário e subjetividade. Então, finalizaremos este artigo apenas com matemática e estatística, cujas informações técnicas do método constam no gráfico 3.

Considerando e tratando dados da PMC de janeiro de 2012 a novembro de 2021, projetamos para o comércio de materiais de construção Brasil um decréscimo de 2,5%, em volume de vendas, e crescimento de 4,7%, nominalmente.

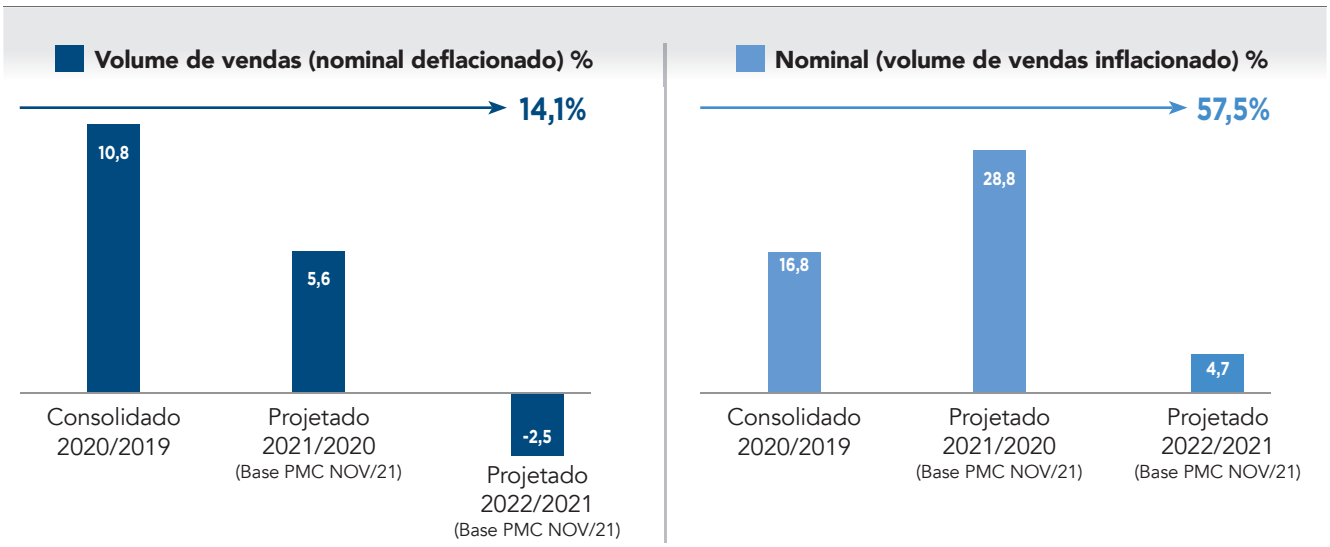
Como toda e qualquer projeção estatística, novos dados consolidados e inseridos nos cálculos alteram resultados, e principalmente indicam vieses de alta, estabilidade ou baixa nas previsões.

De qualquer maneira, considerando os dados da PMC até novembro de 2021, no acumulado anos de 2020 (resultado IBGE consolidado), 2021 e 2022 (projetados), o comércio de materiais de construção terá crescido 14,1%, em volume de vendas, e 57,5%, nominalmente, durante os três anos pandêmicos (base ano de 2019).

Nada mal! O suficiente para as empresas terem fôlego e força para superarem o difícil ano de 2022.

Newton Guimarães é Head da Fundação de Dados, sistema de inteligência de mercado especializado no consumo de materiais de construção, móveis e itens para o lar, que realiza pesquisas e estudos próprios, multiclientes e customizados.

GRÁFICO 3



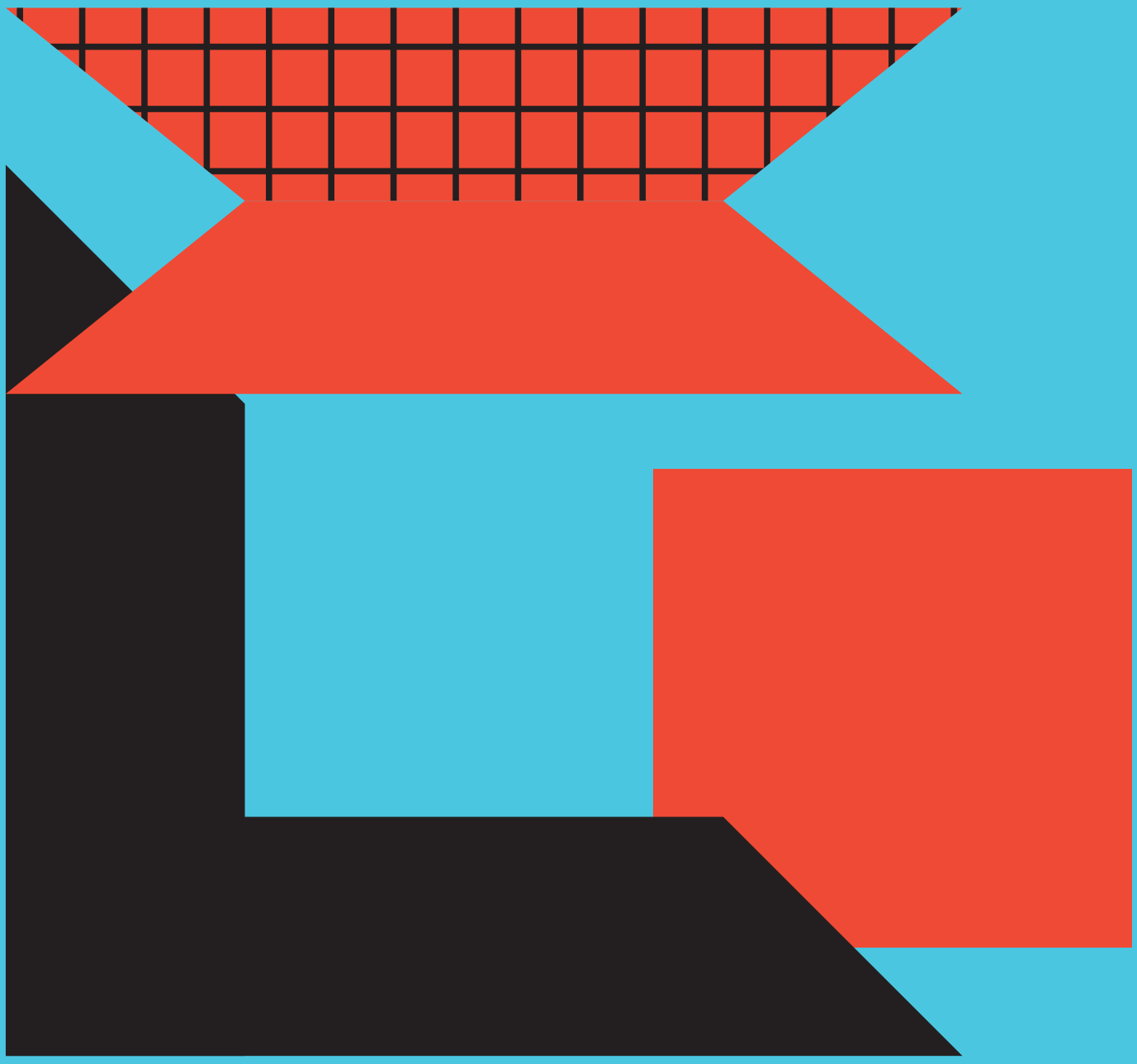
Informações técnicas: As projeções são elaboradas pela empresa especializada **Best Forecast Marketing e Modelagem**, apoiadas pela **Fundação de Dados**, tendo como base a nova série histórica da **Pesquisa Mensal do Comércio (PMC) Material de Construção**, iniciada em janeiro de 2012. Utilizamos o modelo **Holt-Winters sazonal**, com cálculos atualizados mensalmente, ajustados pelos novos resultados da **PMC**, incluindo revisões de dados de meses e anos anteriores, coletados no **Sistema IBGE de Recuperação Automática (SIDRA)**, e posteriormente tratados, identificando, assim, vieses de alta, estabilidade ou baixa nas previsões. **Ressalta-se que esse é um modelo puramente matemático, ou seja, não antevê e pondera variáveis sociopolítico econômicas futuras, que poderão reverter tendências.**

EXPO REVESTIR

20 ANOS

8–11 MARÇO 2022

SÃO PAULO BR



Um novo jeito de viver a Expo Revestir
Feira híbrida (presencial e digital) com foco em diferentes públicos

Feira destinada a profissionais do setor de arquitetura, design de interiores, construtora e revenda de materiais de construção

CREDENCIAMENTO
exporevestir.com.br

PROMOÇÃO
ANFACER

ORGANIZAÇÃO
NÜRNBERG MESSE

EVENTO CONJUNTO
forum INTERNACIONAL DE ARQUITETURA, DESIGN E CONSTRUÇÃO



DE OLHO NA COBERTURA

As opções são muitas. As tecnologias também. Os fabricantes de coberturas e subcoberturas investem para desenvolver produtos com excelente desempenho e design.

AFORT

"A Telha Colonial de PVC Afort é uma opção segura para cobertura, pois seu processo de produção envolve tecnologia de ponta. O cliente tem opção de escolher entre diversos modelos e cores. O telhado fica completo e bonito porque existem acessórios que fazem todo o acabamento e, como tem uma fixação específica, deixa a cobertura livre de vazamentos. Além disso, a telha também se destaca pelo conforto termoacústico que proporciona ao ambiente", diz Alice Áquila Ferreira, marketing/Aford.

As Telhas Coloniais de PVC são relativamente recentes no mercado, sendo a Afort a primeira empresa a comercializar o produto. Apesar de ser um novo entrante, as Telhas Coloniais de PVC são normatizadas (ABNT NBR 16.737) e se destacam como um modelo de cobertura que garante economia, qualidade e longa vida útil.

Alice Ferreira destaca a importância de utilizar os acessórios corretos. "Para uma cobertura eficiente, é necessário o uso dos complementos. Os acessórios para cobertura dão mais segurança e um acabamento melhor ao telhado. Dentro destes acessórios se encontra



o kit de fixação e vedação. Seu uso é primordial, pois garante a fixação correta, com menos risco de arrasto de telha e vedação completa do telhado, além de estar ligado diretamente à garantia do produto."

BRASILIT

Em 2022 a Brasilit completa 85 anos, são mais de oito décadas cobrindo os lares brasileiros com tradição e inovação. "Somos líderes de mercado no seguimento de fibrocimento, reconhecidos por nossa qualidade e fomos pioneiros no uso da tecnologia CRFS (cimento reforçado com fios sintéticos). A Brasilit também desenvolveu o processo de hidroproteção, em que nossas telhas são mergulhadas em uma solução impermeabilizante que lhes confere a capacidade de repelir a água, formando assim uma camada de proteção contra possíveis vazamentos. Criamos a primeira telha de fibrocimento com propriedades térmicas, a Telha Térmica Topcomfort, que possui tecnologia exclusiva Brasilit (com patente de propriedade exclusiva). Com essa solução, conseguimos unir a praticidade de instalação do fibrocimento e o ambiente agradável tão desejado com a redução de até 8°C na temperatura interna", informa Fábio Correa – Diretor Executivo Comercial Saint-Gobain Produtos para Construção.

O executivo destaca que 2022 será um ano de expansão para a empresa. "A Brasilit está expandindo sua atuação no Centro-Oeste com o intuito de distribuir nossas soluções com mais rapidez e também estamos ampliando nossa capacidade produtiva na fábrica de Recife-PE com o objetivo de atender as demandas da região com ainda mais excelência. Com o aquecimento

do mercado da construção civil, vimos novas tendências nascerem e com elas novas oportunidades e meios de inovar. Assim, com a confiança de sempre dos brasileiros em nossas soluções, seguiremos atendendo as necessidades do mercado sem deixar o conforto e a sustentabilidade de lado."

ETERNIT

A Eternit anunciou investimentos de R$ 24 milhões em sua unidade fabril de Manaus, responsável pela produção de fibras de polipropileno - matéria-prima para as telhas de fibrocimento. O projeto representará um aumento de cerca de 40% da capacidade produtiva atual.

A fábrica abastece todas as unidades do grupo que utilizam a fibra sintética. A fibra de polipropileno também é usada na fabricação de painéis, módulos estruturais e pisos cimentícios, entre outros produtos da Eternit. "O projeto de expansão em Manaus visa atender ao aumento de produção de telhas do grupo. Com a ampliação, será possível abastecer a operação recém-adquirida da Confibra, e a nova unidade do Ceará. O excedente ainda permitirá ampliar as vendas para outros atuantes do mercado. O investimento está alinhado à estratégia de modernização e expansão de nosso parque fabril", destaca Luís Augusto Barbosa, presidente da Eternit.

A ampliação da unidade tem conclusão prevista para 2023.

A tarifas de energia elétrica e a consciência com relação à sustentabilidade têm motivado muitos clientes a adotar um sistema fotovoltaico, muitos já na fase de construção e as telhas fotovoltaicas têm excelente receptividade, pois são montadas junto com o restante do telhado e embelezam muito a cobertura, valorizando o imóvel.

Luiz Lopes, responsável pela área de Desenvolvimento de Novos Negócios da Eternit, destaca o crescimento das telhas fotovoltaicas. "Desde as pesquisas iniciais sobre a viabilidade do produto, identificamos um interesse muito grande. Muitos clientes optaram pelas telhas Tégula na fase de construção para poder contar com as telhas fotovoltaicas integradas. Nesta fase de início de comercialização, estamos priorizando um raio de aproximadamente 500 km em torno da fábrica em Atibaia e estes clientes que optaram pela solução já no início da construção.

IMBRALIT

A Imbralit colheu, em 2021, os bons frutos como resultado de sua organização interna. "As expectativas para 2022 são boas, com crescimento nas vendas de fibrocimento", informa Felipe Mangile Guide, consultor de vendas e marketing da empresa.

Se o cenário externo da pandemia atrapalhou os negócios, a rapidez na tomada de decisões contribuiu para o fechamento do ano em terreno positivo. "Acreditamos que a alta nos negócios se deu com o aquecimento da economia e do mercado da construção civil, em função que as pessoas ficaram mais em casa, aumentando as reformas e, com isso, os produtos da marca sofreram impacto positivo. Passamos 2021 com estoques acima do normal, o que se mostrou decisão acertada e nos permitiu atravessar com relativa tranquilidade as rupturas da cadeia de abastecimento. Apesar disso a empresa está investindo em melhorias de qualidade, aumento de capacidade e tecnologia. A empresa se tornou no final de 2020 a maior planta fabril das américas em produção de fibrocimento", complementa Guidi.

PRECON

A telha de PVC, como outros produtos da cadeia, teve forte impacto no alta dos preços e abastecimento, prejudicando o setor no decorrer do último ano.

Essa alta dos preços, contribuiu para uma percepção inicial do cliente que a telha de PVC esteja mais cara, porém, quando avaliado o sistema construtivo, considerando estrutura mais leve e menos mão de obra, esse sistema se torna mais econômico que outros, resultado em um melhor custo/benefício ao cliente.

"O mercado de telha PVC tem crescido muito nos últimos anos com grande apelo em sustentabilidade, e tem se tornado uma ótima opção para o consumidor que visa custo benefício, beleza e facilidade na instalação", afirma Estevão Maia Fensterseife, marketing.

TIPOS DE TELHA E COBERTURAS

Há uma grande variedade de tipos de telhado, por isso é essencial compreender as diferenças básicas entre cada telha, de modo a optar pela mais adequada para sua construção.

A telha cerâmica, por exemplo, é a mais usada em projetos residenciais. Além de ser esteticamente bonita, ela oferece conforto térmico e é eficiente na hora de vedar o telhado. Também chamadas "telhas de barro", elas podem ser naturais ou esmaltadas, sendo que a última possui maior durabilidade.

Os modelos cerâmicos podem variar, dependendo do design da peça e suas características. É possível encontrar a telha romana, que tem um design sofisticado, a telha colonial, que apresenta excelente vazão de água e facilidade para instalar, ou a telha americana, que é sofisticada e possui boa estabilidade.

Além delas, há ainda a telha italiana, que dispensa o uso de argamassa e oferece excelente conforto térmico, a telha francesa, com design plano, e a telha portuguesa, com design moderno e boa estabilidade.

A telha de concreto por sua vez, oferece boa durabilidade e ótimo conforto térmico, por isso é comumente utilizada na região sul do país e em cidades com arquitetura colonial. Em geral, esse modelo não conta com esmalte de cobertura, sendo indicada a aplicação de resina para proteção e impermeabilização.

Já a telha esmaltada é uma variação da telha cerâmica. A diferença é que conta com a aplicação de uma camada colorida (vítrea) e é mais usada em projetos de teto sem forro, no qual as telhas ficam visíveis de dentro da casa.



Existem diferentes tipos de telhas

A telha de PVC é leve e versátil, podendo ser encontrada em várias cores e modelos, inclusive na versão que imita cerâmica. As principais vantagens são o fato de serem necessárias menos peças por m², por serem grandes, e a resistência, especialmente no transporte, reduzindo as chances de perda de material. Além disso, oferecem bom isolamento acústico e térmico.

A telha shingle é usada especialmente no sul do Brasil e em casas de alto padrão, sendo também muito comum em projetos de casas americanas. Produzida com massa asfáltica, ela é bastante resistente, exige pouca manutenção e possui grande variedade de cores. Além disso, ela permite grandes inclinações, por ser reta, leve e não acumular água.

As telhas de fibrocimento são modelos baratos e leves, que podem ser usados em telhados com pouca inclinação. Elas estão disponíveis em diferentes formatos, comprimentos e graus de ondulação e são comumente usadas em indústrias, galpões, garagens e comércios.

A telha ecológica por sua vez, é produzida a partir de camadas de fibras vegetais impermeabilizadas com betume e protegidas com resina. Esse modelo pode ser encontrado em várias cores, é leve e fácil de instalar.

SUBCOBERTURAS

Faça chuva ou faça sol, as subcoberturas para telhados também conhecidas como mantas térmicas ou mantas isolantes – proporcionam conforto térmico a ambientes residenciais e comerciais. Algumas contam, ainda, com outra propriedade – o isolamento acústico.

Tratam-se de mantas instaladas por baixo das telhas ou sob a cobertura servindo como barreira na transmissão do calor e protegendo o forro, a laje, o madeiramento e, principalmente, os ambientes internos de possíveis goteiras. "As subcoberturas trazem um ganho para as construções, pois servem como barreira de água impedindo que haja infiltração, goteiras e mofo caso as telhas se quebrem ou se desloquem. Além de evitar que a madeira utilizada na estrutura sofra apodrecimento causado pelo acúmulo indevido de água", afirma a arquiteta Marina Florezi.

• VITRINE • VITRINE • VITRINE • VITRINE • VITRINE •





Cumeeira Central Articulada – Tem ondas iguais às das telhas utilizadas na cobertura. Ela possui duas partes para adequar à angulação do telhado e se encaixar perfeitamente. Na instalação, as duas partes da cumeeira devem estar alinadas ao telhado. Após esse ajuste, basta encaixar as ondas e fixá-las com os parafusos. De modo geral, cada peça é fixada em três pontos.

AFORT

Telhas – As Telhas Coloniais Afort são resistentes, leves, recicláveis e não propagam fogo. São dois modelos e cores disponíveis, e mais de 6 tamanhos que podem ser utilizadas em projetos arquitetônicos de todos os segmentos, desde residências, empreendimentos comerciais e industriais.



Parafuso – É anticorrosive para durar mais e ter menos tempo de manutenção.

Chapéu – Peça que protégé e melhora o acabamento do parafuso.

Capa de proteção com anel de vedação

BRASILIT

Telha Térmica TopComfort – Integrante da linha performance, com cimento branco importando em sua formula, ela é capaz de reduzir até 8°C na temperatura interna dos ambientes





Telha Fibrotex – Com o melhor custo-benefício, essa telha faz parte da linha essencial. Amplamente utilizada em residências por todo país, é uma das queridinhas do mercado. Possui instalação prática e fácil.



Telha Maxionda – Também pertencente a linha performance, essa superondulada é a única no mercado com comprimento de 2,44m. Por ser mais resistente a flexão que as telhas de fibrocimento comuns, dispensa apoios intermediários e pode ser instalada em baixas inclinações (2° ou 3%).

ETERNIT

A telha Tégula Solar mede 36,5 cm por 47,5 cm e é composta de concreto, com a incorporação de células fotovoltaicas em sua superfície. Sua potência é de 9,16 watts, o que representa uma capacidade média mensal de produção de 1,15 Kwh, com vida útil estimada em 20 anos. A aprovação e registro foi feito pelo Inmetro em 2019.

É um produto de fácil instalação e que não interfere na arquitetura das construções, com peso e estrutura semelhantes ao das telhas convencionais, mas que agrega valor ao telhado, além de oferecer proteção, conforto térmico e acústico,

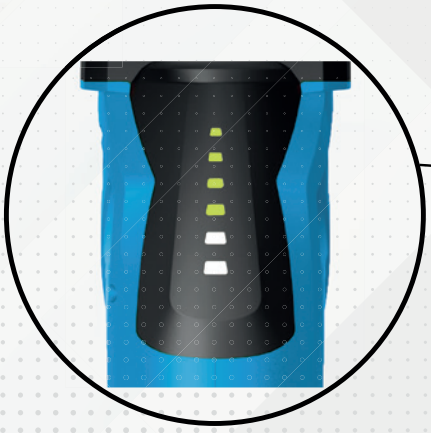


PROJETO-PILOTO PRAIA DA BALEIA/SP

- QTD telhas: 760 telhas BIG-F10 Clássica Cinza Grafite
- Potência: 6,96kWp
- Estimativa de geração média: 560kWh/mês
- Integrador: Simepe Energia
- Inversor utilizado: 1 – WEG 8,5kW
- Área ocupada: 96m²

LANÇAMENTO

GAMMA
FERRAMENTAS





- Seis níveis de temperatura: Mínima: 50º I Máxima: 600ºC;
- Bico de saída de alta resistência;
- Fluxo de ar quente: 250 - 550 L/min;

G1936/BR1 - G1936/BR2
Soprador Térmico

www.gammaferramentas.com.br

ETERNIT



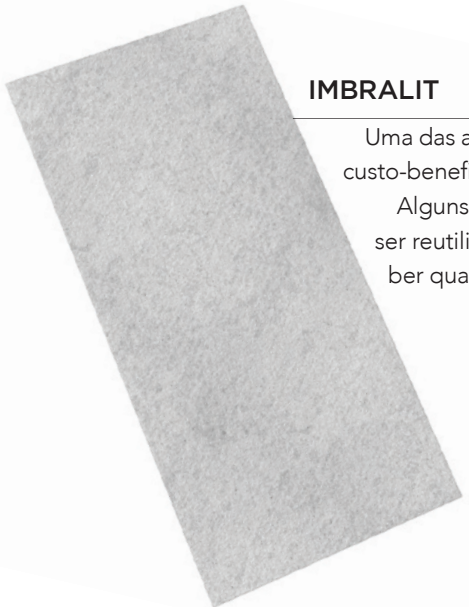
PROJETO-PILOTO MARILIA/SP

- QTD telhas: 560 telhas BIG-F10 Resinada Marfim Palha
- Potência: 5,13kWp
- Estimativa de geração média: 575kWh/mês
- Integrador: Domotyk Eco Smart
- Inversor utilizado: 1 - SAJ 5kW
- Área ocupada: 74,67m²

PROJETO-PILOTO SÃO BENTO DO SAPUCAÍ/SP



- QTD telhas: 400 telhas BIG-F10 Clássica Cinza Pérola
- Potência: 3,66kWp
- Estimativa de geração média: 360kWh/mês
- Integrador: Simepe Energia
- Inversor utilizado: 1 - WEG 4kW
- Área ocupada: 53,33m²



IMBRALIT

Uma das apostas para 2022 será a chapa plana para tapume Imbralit, boa relação custo-beneficio e possibilidade de reutilização são os pontos fortes do produto.

Alguns dos benefícios: Baixa relação custo-benefício; Fácil instalação; Pode ser reutilizado em outras obras; Resistente a pragas, insetos e fogo; Pode receber qualquer pintura para alvenaria.

PRECON

Telha Colonial de PVC na cor branca





ESTÁ NA HORA DE UM CHOQUE DE REALIDADE NO **SETOR DE CONSTRUÇÃO CIVIL**

POR RAFAEL SALOMÃO

Agravados pela pandemia do Covid-19, existem hoje muitos desafios de habitação que a população brasileira enfrenta, sobretudo de quem vive em situação de vulnerabilidade social. Em contrapartida, segundo o Conselho Internacional da Construção (CIC), mais de um terço dos recursos naturais extraídos no Brasil são para as indústrias da construção e 50% da energia gerada abastece a operação das edificações. Esses dados destacam a importância do segmento, que cada vez mais tem se estimulado para a digitalização. Além disso, a construção civil movimenta 7% do PIB brasileira e emprega anualmente 2,5M de pessoas diretamente (de acordo com a Sienge - construtoras).

Ainda há muito a ser feito. Atualmente, os desafios vividos podem ser analisados do ponto de vista qualitativo e quantitativo. No déficit quantitativo, vemos 5,9 milhões de moradias que não teriam condições de serem adequadas aos moradores, com a necessidade de novas construções ou corretas adequações e, no viés qualitativo, há 24,9 milhões de moradias urbanas que já possuem algum tipo de inadequação, tornando-se impróprias para habitação, porém, com a possibilidade de adequação, incluindo condições desejáveis de moradia nelas. Hoje, no entanto, não há a priorização destes déficits, gerando uma complicação pública onde, no mundo ideal, a sociedade teria seu direito garantido.

Indo mais a fundo no assunto, 85,8% dos domicílios com déficit quantitativo estão localizados em áreas urbanas, especialmente nas regiões Sudeste e Nordeste. Isso corresponde a cerca de 5 milhões de moradias. Para completar, 85% da população de nosso País vive nas áreas urbanas, o que destaca a importância do direito à moradia e o seu bom estado. Hoje, infelizmente, são as áreas urbanas que concentram alguns dos mais graves problemas habitacionais, e para equacioná-lo será necessário focar na produtividade do setor. [o que não fecha a conta do direito social garantido pela Constituição].

Dito isso, quero também trazer boas notícias e apontar que o setor da caminha para enfrentar seus desafios de produtividade. [quero trazer para cá uma reflexão sobre como aproveitar de forma sustentável tudo o que o segmento tem a nos oferecer]. A Sienge nos aponta, de forma geral, que o ideal para aumentar a produtividade no setor, olhando também para a preservação do meio ambiente é: 1º) reduzir o tempo construtivo, 2º) padronizar atividades, 3º) reduzir desperdícios de materiais e aumentar o controle sobre o estoque e 4º) diminuir retrabalhos. Com um bom planejamento de construção e com um apoio de um ecossistema completo para trazer inovações à tona, essas dicas podem ser colocadas em prática em nosso País. Porém, o desafio é global. Um estudo da McKinsey indicou que nas duas últimas décadas, a produtividade na construção civil cresceu apenas 1% comparado com 2.8% na média e 3.6% quando se olha a indústria.

Porém, olhando para o copo "meio" cheio, trago boas notícias: a produtividade tem aumentado recentemente. A MRV Engenharia ressalta que, um prédio que demorava 180 dias para ser construído, agora se ergue em 60 dias. Em 2007, a construção de um apartamento exigia 11 operários. Em 2019, isso era feito com 4.5. No Brasil, o setor da construção como um todo é responsável por 50% da Formação Bruta de Capital Fixo e é o que mais gera empregos; para cada 10 empregos diretos, são gerados 5 indiretos. Estima-se que cada R$ 1,00 investido na construção civil gere R$ 1,88 na atividade. (fonte: Valor Econômico, maio de 2021).

Estamos no caminho certo. O Centro de Inovação em Construção Sustentável (CICS) da USP indica que a produtividade no Brasil é um quinto da americana e europeia.

Rafael Salomão
é Head de Varejo da Juntos Somos Mais e foi Head de Inovação e Sustentabilidade na TIGRE. Formado em Relações Internacionais com Mestrado em Administração, é especialista nos segmentos de meios de pagamento, fidelidade, mídia, varejo e indústria (petróleo e gás, energia, construção civil e materiais de construção).



APOSTAS PARA **2022**

POR RENATO HOLZHEIM

Ao longo dos últimos dois anos, as incertezas permearam a economia e afetaram todos os setores. Diante deste cenário, nós da Saint-Gobain Produtos para Construção, com nossas marcas líderes e referência no segmento: quartzolit, Brasilit, Placo, Ecophon, Isover, Sonex e OWA, oferecemos soluções inovadoras para atender a todas as necessidades construtivas. Uma comunicação clara e um relacionamento próximo ao mercado foram as nossas estratégias para contornar a crise gerada pela pandemia, o que nos fez chegar em 2022 em crescimento.

Essas expectativas positivas esbarram em algumas estratégias chave para cada uma de nossas áreas de atuação. Na quartzolit, fortaleceremos ainda mais a pulverização e reconhecimento de mercado da linha de impermeabilizantes, com um portfólio que atende a todas as etapas da obra. E continuaremos a promover fortemente nossas linhas que já são líderes de mercado: argamassas e rejuntes e incentivar o crescimento das linhas de adesivos, selantes, tintas, lixas e discos.

Em nossa estratégia de crescimento temos um plano de expansão no Centro-Oeste com uma nova fábrica da Brasilit e o aumento da nossa capacidade produtiva no Nordeste, atendendo todas as demandas de coberturas e peças complementares na qual somos líderes de mercado. E também investiremos no nosso objetivo de se tornar líder em construção leve e sustentável.

Para fortalecer esse objetivo, o portfólio da Isover, Brasilit e Placo continuará forte no mercado de construção a seco. Para isso, criamos uma nova linha de placas cimentícias que entrou em operação recentemente na planta da Brasilit em Capivari e reforçaremos a linha de produção da Placo com uma nova unidade que será desenvolvida em 2022 para atender as necessidades da marca nos próximos anos, gerando 15% menos emissões de CO_2 e aumentando em 50% o reaproveitamento interno de resíduos.

Seguindo com as metas de sustentabilidade, investiremos em caminhos mais ecológicos para atingirmos o objetivo de reduzir em 20% a disseminação de CO2 até 2025. E em nosso pilar de inovação, junto com nossas equipes de P&D e com apoio do nosso centro de Pesquisa e Desenvolvimento levaremos ainda mais novidades para o mercado em 2022.

Falando em inovação, somos pioneiros na transformação digital do setor da construção civil com a plataforma Parceiro da Construção que estimula a capacitação profissional por meio da educação. Para 2022, investiremos no nosso portfólio que hoje conta com mais de 75 cursos gratuitos.

Renato Holzheim
é Diretor Geral da Saint-Gobain
Produtos para Construção



TREINAMENTOS E VENDAS ASSERTIVAS DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO POTENCIALIZAM LUCRO

POR VITOR CYBIS

Às vezes nos perguntamos como uma lojinha de bairro consegue ser tão forte e duradoura na venda de materiais de construção, enquanto outras lojas, muito mais robustas e modernas, patinam no faturamento mesmo alcançando uma quantidade relevante de vendas. A realidade é que atingir alta rentabilidade neste segmento é muito mais do que posicionar bem os produtos nas gôndolas aos consumidores, caprichar na limpeza, na oferta de produtos ou promover promoções que esvaziam as prateleiras.

O sucesso nas vendas no ramo de construção civil está diretamente relacionado a uma gestão sólida em diversas áreas, como a financeira e a de capacitação.

Voltando ao exemplo da pequena loja de bairro, mais do que a experiência no ramo, o administrador precisa entender a importância de se calcular tanto a margem de lucro bruta quanto a margem de lucro percentual. Embora tenham nomes parecidos, esses dois pontos são totalmente diferentes e podem determinar o sucesso ou fracasso do empreendimento.

Quando o administrador absorve a definição de margem de lucro percentual, o negócio passa a entender que um produto considerado "barato" pode ser, na verdade, um propulsor para sua rentabilidade.

Por exemplo: se um produto foi adquirido pela loja por R$ 20 e é vendido ao consumidor por R$ 30, o lucro bruto será de R$ 10, mas se o gestor utilizar a margem de lucro percentual como indicador, conseguirá mensurar o quanto esse produto impactou positivamente no seu negócio percentualmente, podendo este fator ser um forte indicador para acompanhar a margem de rentabilidade do seu negócio.

O cálculo da margem de lucro percentual, obtêm-se dividindo o lucro bruto pela receita total e multiplicando por 100. Assim ficamos: 10/30 x 100 = 33,33%. Ou seja: não importa se o produto custa pouco ou muito, mas sim quanto ele te entrega de margem de lucro percentual.

Num segundo exemplo, suponhamos que um produto custe R$ 250 e é vendido por R$ 300, trazendo R$50 de lucro bruto. Aparentemente R$50 são mais interessantes do que R$10 em comparação ao primeiro exemplo. Mas se analisarmos a margem de lucro percentual do segundo exemplo, vemos que o valor é inferior pois 50/300 x 100 = 16,6% de margem percentual, contra 33,3% do exemplo 1, logo, o gestor precisa estar sempre atento para não trazer ao seu negócio um mix de produtos, que possa comprometer sua margem de lucro percentual, pois esse comportamento o deixará vulnerável se porventura ocorrer uma oscilação ou volatilidade no mercado forçando aumento no custo das mercadorias.

Interpretações equivocadas de ganho podem vir a desencadear ruídos ao longo da gestão, e por este motivo a priorização de treinamentos para que os co-

laboradores saibam cada vez mais interpretar que nem sempre produtos com lucro bruto maiores são as melhores opções é imprescindível, pois estes produtos às vezes podem possuir cadeias logísticas muito complexas, onde fatalmente impactarão nos custos operacionais, achatando a margem de lucro percentual do negócio.

Vale frisar que este apontamento não significa que as lojas de materiais de construção devam apenas negociar produtos com alta margem de lucro percentual, pois diversos fatores precisam ser considerados na composição do sortimento, como por exemplo: inovação, qualidade do produto, demanda, giro, análise do mercado, questões econômicas, tributárias, entre outros.

Gestores que conseguem identificar os produtos ou serviços que estão sendo de fato rentáveis ao negócio e que ofertem maior benefício para os consumidores, conseguirão ser mais assertivos na promoção de treinamentos técnicos aos funcionários, pois a capacitação dos mesmos terá enorme valor, porque muitas vezes o consumidor define uma compra com base no atendimento e principalmente na explicação e conhecimento do profissional. Sendo assim, um profissional capacitado e ciente dos itens mais rentáveis quanto sua margem de lucro percentual fará melhores vendas.

Conhecer os detalhes de cada produto, mesmo dos itens tidos como os "mais em conta", potencializam as chances de venda e de satisfação do cliente, pois somente pelo fato de ofertar um atendimento com excelência, provendo soluções apropriadas às necessidades dos clientes, fará com que os mesmos se tornem fiéis e retornarão ao seu estabelecimento futuramente em busca de novas oportunidades de negócios.

Interpretações equivocadas de ganho podem vir a desencadear ruídos ao longo da gestão, e por este motivo a priorização de treinamentos para que os colaboradores saibam cada vez mais interpretar que nem sempre produtos com lucro bruto maiores são as melhores opções é imprescindível.

Indo além, uma pesquisa da PWC menciona que 73% dos participantes apontaram que a experiência do cliente é um fator importante na decisão de compra e que no Brasil esse índice sobe para 89%, sendo o mais alto da pesquisa. Se aprofundando no tema, a pesquisa ainda aponta que 48% dos clientes brasileiros pagariam mais por um produto ou serviço para ter mais conveniência e que 36% dos pesquisados pagariam mais para ter um atendimento mais amigável e acolhedor, ou seja, não importa a forma de capacitação, seja ela via soft skills ou hard skills, com certeza irão agregar no aumento da margem de lucro percentual do seu negócio.

E como disse Henry Ford: "Só há uma coisa pior do que formar colaboradores e eles partirem. É não formá-los e eles permanecerem".

Vitor Cybis
é gerente de marketing da Cascola, marca de adesivos profissionais para construção e marcenaria da Henkel

CRESCIMENTO

Apesar do crescimento número de casos de Covid-19 provocados pela variante Ômicron, a indústria de materiais de construção continua otimista. Tal como os anteriores, 2022 deverá ser um ano de muitos desafios, com impactos sobre toda a cadeia da construção civil. A previsão para a indústria de materiais de construção feita pela FGV para este ano novamente supera em muito as projeções para o PIB, indicando que teremos um crescimento de 1% sobre o resultado importante de 2021. Devemos ainda contextualizar que o crescimento acima do PIB por dois anos consecutivos é muito relevante para o segmento e pode indicar um novo patamar de atividade da indústria de materiais de construção.

Veja o que pensam dois executivos do segmento:

"Esperamos um bom desempenho do setor de construção civil, pelo menos para o próximo ano, ainda embalados pela mudança no comportamento do mercado consumidor e, também, impulsionado pelos investimentos do Governo em infraestrutura. A Eternit continuará seu ciclo de crescimento, iniciado em 2020, ampliando vendas, realizando novas parcerias e projetos."

LUIS AUGUSTO BARBOSA,
PRESIDENTE DA ETERNIT.





"Para o próximo ano, nós da Saint-Gobain Produtos para Construção, seguimos com bastante otimismo para crescermos ainda mais no segmento e, além disso, seguimos forte com o nosso objetivo de sempre estarmos próximos dos nossos clientes e parceiros do mercado da construção civil. A inovação e pesquisa também serão uns de nossos pilares, não só para 2022 mas para os anos seguintes, pois somente através delas conseguimos estar à frente do mercado, sempre lançando soluções de alta performance. Também pretendemos trabalhar em diversas iniciativas de sustentabilidade e, para isso, vamos investir cada vez mais em modalidades construtivas mais sustentáveis, como construção a seco, o que nos ajudará a construir um mundo melhor. Em 2022, também pretendemos seguir investindo na transformação digital de nossa empresa e do setor, através da nossa plataforma online Parceiro da Construção."

RENATO HOLZHEIM,
DIRETOR GERAL DA SAINT-GOBAIN PRODUTOS PARA CONSTRUÇÃO.



VENDAS DE CIMENTO CRESCEM 6,6% EM 2021

As vendas de cimento no Brasil em dezembro somaram 4,8 milhões de toneladas, um crescimento de 1,6% em relação ao mesmo mês de 2020, de acordo com o Sindicato Nacional da Indústria de Cimento (SNIC). Mas ao analisar a venda de cimento por dia útil, onde é considerado o número de dias trabalhados e tem forte influência no consumo, o volume em dezembro foi de 205,5 mil toneladas, queda de 15,6% comparada com o mês anterior.

Com esse resultado, o setor termina 2021 com um total de 64,7 milhões de toneladas de cimento vendidas, um aumento de 6,6% sobre o ano anterior, e volta ao patamar de comercialização de dezembro de 2015.

Os principais indutores do crescimento da atividade foram a continuidade das construções e reformas através da autoconstrução, as obras imobiliárias e uma incipiente retomada de obras de infraestrutura.

Se em 2020 a região que mais cresceu foi a Nordeste, impulsionada principalmente pelo auxílio emergencial, em 2021 essa foi aquela com o pior desempenho. A redução do auxílio, tanto em valor quanto em abrangência, impactou diretamente esse resultado. O destaque positivo foi a região sul que teve o maior crescimento, e onde percebemos uma movimentação em construções de infraestrutura, principalmente em rodovias estaduais e pavimento urbano.

Com a reabertura da economia, a renda da população foi redirecionada para outros gastos, diminuindo a alocação em construção e reformas. Serviços como entretenimento e viagens, altamente impactados pela pandemia, voltaram a fazer parte dos dispêndios das famílias e disputar uma parcela da sua renda.

"Fatores que estiveram por trás do excepcional desempenho em 2020 começaram a enfraquecer em 2021. A excelente performance do varejo em 2020, com foco em reformas e construções realizadas pelo autoconstrutor perderam folego em 2021. O elevado nível de desemprego, a diminuição da renda, o aumento expressivo da inflação, da taxa de juros e o alto endividamento das famílias foram as principais razões para o arrefecimento do consumo de cimento, culminando no crescimento de 6,4% em 2021." Paulo Camillo Penna, Presidente do SNIC.

ANO 2021

Após um 2020 com um desempenho excepcional, a expectativa para o ano de 2021 era de um arrefecimento. As incertezas relacionadas ao Covid-19 estiveram presente durante todo o ano.

Com a vacinação em marcha o que se viu foi uma redução dos casos e na reabertura gradual da economia. Na contramão do menor ímpeto do autoconstrutor, o mercado imobiliário teve um crescimento robusto. O número de unidades financiadas através do Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo, teve aumento de 351% até

novembro. O número de vendas e de lançamentos imobiliários está com crescimento de 22,5% e 37,6%, respectivamente. O ponto negativo ficou por conta do Programa Casa Verde Amarela, com desemoenho abaixo da média.

Os indicadores de confiança encerraram 2021 com uma revisão generalizada para baixo. Esse movimento iniciado no segundo semestre, calibrou o otimismo exagerado do primeiro semestre. A confiança do consumidor acabou 2021 em nível abaixo de 2020 e a confiança da indústria caiu pelo 5º mês consecutivo.

A redução do ritmo no consumo das famílias, prejudicadas por uma menor renda, um alto desemprego e o avanço da inflação afetaram o desempenho da economia em 2021, que não conseguiu atingir uma recuperação consistente e generalizada, impactando as expectativas para 2022. A grande pressão inflacionária não impactou somente as famílias, mas também a cadeia produtiva. Houve aumento sistêmico dos custos de produção, com majoração de preços de matérias-primas e commodities.

No ambiente da sustentabilidade, através do Roadmap da indústria do cimento, importante projeto para mapear medidas para redução das emissões de CO2 e lançado em 2019, o setor conseguiu avançar em duas principais ferramentas com maior potencial: ampliação do uso de adições ao cimento e aumento do uso de combustíveis alternativos.

No primeiro caso, a indústria liderou, em conjunto com toda a sociedade e através da Associação Brasileira de Normas Técnicas, a atualização das normas de cimento – defasadas em quase 30 anos – permitindo uma maior incorporação de adições aos cimentos compostos e acelerando assim a redução do fator clínquer.

No segundo caso, a queima de resíduos em fornos de cimento, tecnologia mundialmente consagrada e conhecida como coprocessamento, surge como importante alternativa para redução das emissões da indústria, além de representar uma solução ao passivo ambiental gerado pelo acúmulo de resíduos em aterros, transformando-os em energia. Nesse sentido, cabe destacar que, os mais recentes números divulgados pelo GCCA, o coprocessamento no Brasil alcançou, em 2019, 31% na matriz de combustíveis, valor que estava previsto somente para 2025, ou seja, conseguimos antecipar a meta do Roadmap em 6 anos, demonstrando que estamos no caminho certo e que nossos esforços estão dando resultado.

PERSPECTIVAS

O setor da construção começa 2022 num cenário bem mais desafiador. A economia está em recessão técnica, a taxa de juros está em ascendência impactando os financiamentos imobiliários, já o poder de compra dos consumidores está diminuindo (a combinação de renda mais baixa e inflação alta é maléfica para a população, que passa a focar suas despesas em bens essenciais como alimentação e vestuário, sobrando menos dinheiro para outras gastos como construção da casa ou reforma).

É fundamental termos outros indutores de demanda por cimento, pois estimamos que em 2022, devido a situação política e o grande desafio econômico não favorável no horizonte, fiquemos estagnados entre 0% e 0,5%.





ESPORTE É UM BOM NEGÓCIO

As indústrias do segmento da construção civil estão invandindo o ambiente esportivo.

Agora chegou a vez da Brasilux e IFC Cobrecom, que estão patrocinando times de futebol do interior paulista.

NOVORIZONTINO

A Brasilux, uma das maiores fabricantes de tintas do Brasil, anunciou a renovação de seu contrato de patrocínio com Grêmio Esportivo Novorizontino, time que vem apresentando um crescimento notável nos últimos anos e que atualmente disputa a Série A1 do Campeonato Paulista e a Série B do Campeonato Brasileiro. A empresa, que investe no clube desde 2018, prorrogou a validade do compromisso até dezembro de 2022.

O acordo prevê a exibição do logo da Brasilux nas costas dos uniformes e backdrops da sala de imprensa, além de ações no campo antes das partidas e a manutenção de publicidade no estádio Doutor Jorge Ismael de Biasi (popularmente conhecido como Jorjão), no qual a Brasilux realizou a pintura em 2020 e onde sua marca encontra-se amplamente projetada.

O patrocínio ao Novorizontino faz parte da estratégia de marketing da Brasilux de promover apoio ao esporte e incentivar projetos e ações ligadas ao bem-estar. "Acreditamos no poder transformador que o esporte possui na sociedade. Por isso, nada mais natural do que renovarmos nosso compromisso com o Grêmio Esportivo Novorizontino, clube que vem consolidando seu espaço na elite do futebol paulista e nacional e que, ainda, está localizado em uma cidade (Novo Horizonte) próxima à nossa sede, em Matão (SP). Sem dúvidas, esta continuará sendo uma parceria bastante promissora para ambos os lados", afirma Mirela Jabur, gerente de marketing da Brasilux.

Desde sua fundação, em 2010, o Grêmio Esportivo Novorizontino vivencia uma ascensão meteórica, tendo obtido o acesso à Série A1 do Campeonato Paulista pela primeira vez em 2015. Desde então, se manteve

entre as principais forças deste torneio, do qual foi o quinto colocado na edição de 2018. Em âmbito nacional, após obter dois acessos de divisão seguidos, em 2022 a equipe disputará, pela primeira vez, a Série B do Campeonato Brasileiro.



A exposição da marca na camisa do time

ITUANO

Com o objetivo de apoiar o esporte na cidade em que está localizada sua matriz (Itu/SP), a IFC/COBRECOM, uma das principais fabricantes de fios e cabos elétricos de baixa tensão do país, divulga o patrocínio ao time de Futebol do Ituano para toda temporada 2022.

A equipe disputará importantes campeonatos durante o ano: a Série A1 (1ª Divisão) do Campeonato Paulista pelo 21° ano seguido e, a partir de maio, volta a disputar a Série B do Brasileiro depois de 15 anos.

"Escolhemos patrocinar o Ituano, pois queremos prestigiar a comunidade local e o time que representa Itu/SP, cidade da matriz da COBRECOM. Além disso, o investimento colabora com toda a sociedade, pois esportes em geral proporcionam entretenimento, abrem novas possibilidades para o futuro de milhares de jovens, bem como contribuem com a saúde física e mental", explica o diretor Gustavo Ruas.

A marca COBRECOM estará estampada na parte frontal da camiseta da equipe e também em placas no Estádio Municipal Doutor Novelli Júnior, local em que o time será o mandante dos jogos.

"Além de acreditarmos nos esportes, o futebol, em si, se mostrou um importante canal de relacionamento, por ter o potencial de nos proporcionar visibilidade nos principais meios de comunicação, desde canais abertos de TV até as redes sociais de maior alcance", destaca Gustavo Ruas.

Vale lembrar que a IFC/COBRECOM também apoia o esporte há algum tempo. Desde 2018, o craque Falcão, melhor jogador da história do Futsal, é um dos atletas que representa a marca.

A companhia também esteve presente em outras modalidades, como os patrocínios da equipe de vôlei universitário da FGV (Fundação Getúlio Vargas), do jovem piloto de kart Nicolas Chon e do lutador profissional de MMA Rafael Feijão.

Basquete Feminino do Ituano

Outra novidade da IFC/COBRECOM é a renovação do patrocínio com a equipe de Basquete Feminino do Ituano, que conquistou no ano passado o título da LBF (Liga de Basquete Feminino).

Entre os torneios que a equipe disputará na temporada estão a Liga de Basquete Feminino, o Campeonato Paulista, os campeonatos das categorias de base, os Jogos Regionais e os Jogos Abertos.

O contrato firmado abrangerá a exposição da marca COBRECOM na camisa da equipe de basquete feminino e em placas no ginásio da equipe.

A marca COBRECOM também estará nos uniformes do time do Futsal Down do Ituano, que disputará o Campeonato Brasileiro, na qual o Ituano é bicampeão.

METAVERSO É A APOSTA DA ROCA BRASIL CERÁMICA





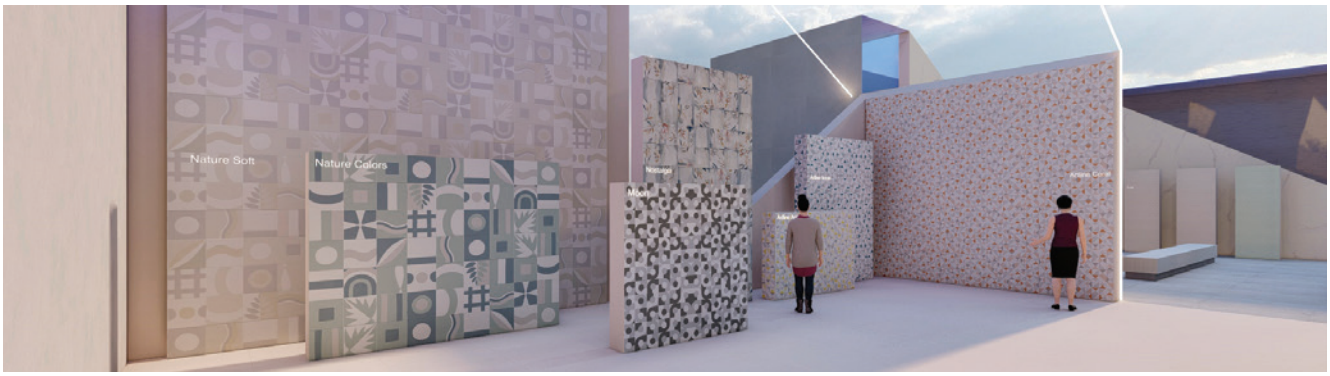
Capaz de eliminar as fronteiras do mundo físico e digital, o Metaverso é uma das maiores tendências de tecnologia para o ano e foi a solução encontrada pela Roca Brasil Cerámica, gigante do setor de construção civil com suas marcas Roca Cerámica e Incepa, de revestimentos, para apresentar seus lançamentos de 2022. "Como resposta para esse período pandêmico que seguimos atravessando, construímos uma plataforma exclusiva e personalizada, capaz de abrigar mais de 3 mil pessoas, simultaneamente, para a realização de nossa Avant Première, em um evento disruptivo e imersivo", afirma Christie Schulka, Marketing Manager da Roca Brasil Cerámica. Todo o processo criativo começou em julho de 2021, com início do desenvolvimento em agosto do mesmo ano, até que a plataforma estivesse pronta para a aplicação, em janeiro de 2022. "Somos a primeira empresa do setor da construção civil no mundo a apostar em uma estrutura desse porte e acreditamos que os resultados serão muito positivos", afiança.

Tradicionalmente, a Avant Première da Roca Brasil Cerámica é organizada para divulgar os lançamentos dos portfólios de suas marcas para os principais parceiros e lojistas, promovendo importantes rodadas de negócios que, até 2019, ocorriam presencialmente. Nas ocasiões anteriores, toda uma estrutura especial era montada no showroom da fábrica, localizada na cidade de Campo Largo, região metropolitana de Curitiba. No 'antigo normal', um grande processo era montado para abraçar todo deslocamento dos clientes, hospedá-los e recebê-los durante os dias do evento. "Tivemos que nos reinventar e, nas últimas edições, experimentamos o universo virtual, brincando inclusive com a Realidade Aumentada. Em 2022 demos um passo além, imergindo no Metaverso", diz Christie.

MERCADO DE CONSTRUÇÃO CIVIL E O METAVERSO

Segundo a Marketing Manager, o Metaverso se mostra como o futuro e promessa para o setor – estima-se que o metaverso industrial deve arrecadar mais de US$ 540 bilhões, de acordo com informações reveladas pela empresa de análise TrendForce. "Com nosso DNA pioneiro, demos o primeiro passo no setor da construção civil. Tivemos uma boa experiência







Roca utilizou metarverso para apresentar seus produtos

em 2021, quando fomos para o digital e formato híbrido. Agora, a ideia é surpreender e proporcionar uma experiência divertida, mostrando a preocupação da marca com inovação", afirma Christie e complementa. "Realizamos um investimento significativo no Metaverso, respondendo ao momento em que passamos com uma solução inteligente e pioneira. Além de disruptiva, a iniciativa nos agregou benefícios e se denota como o futuro dos negócios e eventos", destaca.

LANÇAMENTOS E TENDÊNCIAS

Dentre as novidades mostradas pela empresa durante a Avant Première, o mármore é uma das grandes apostas – seja com suas roupagens mais clássicas, seja nos tons exóticos e impactantes. Destaque também para as linhas de SuperFormato, que hoje já somam mais de trinta opções de estampa, tornando a Roca Brasil Cerâmica a empresa com maior diversidade de SuperFormatos em todo o mercado nacional. "São formatos inteligentes e que ainda contam com a tecnologia BioSafe, que consiste em um aditivo que perdura por toda a vida útil do porcelanato e é capaz de eliminar 99% dos vírus e bactérias que entram em contato com a superfície", diz Christie. Disponíveis nos formatos 120x120 cm - que incorpora versatilidade -; 100x200 cm, perfeito para reformas em apartamentos, pois traz a altura limite para ser transportado em elevadores; e 120x250 cm, que traduz o pé-direito padrão das construções brasileiras, os SuperFormatos enfatizam o DNA de inovação e tecnologia inerente à Roca Brasil Cerâmica e contam com a menor espessura do mercado, de apenas 7 mm.

TINTAS IQUINE LANÇA NOVO PRODUTO PARA O **GESSO E DRYWALL**



Conectada às tendências de transformação de ambientes com gesso e drywall a Tintas Iquine, empresa de tinta do país com capital 100% nacional, lançou o Sela & Pinta para gesso e drywall, um produto de dupla ação e que traz a tecnologia da máquina de cores da marca, a ICores, que prepara mais de 580 opções de cores para esse produto, pagando pela mesma oferta da cor branca, conhecida por ser mais em conta.

O novo produto é à base de água, atendendo ao compromisso de redução do impacto ambiental, e oferece um ótimo benefício para pintores e consumidores finais que desejam escolher a cor do seu gesso e/ou drywall em diversas opções de tonalidade. Além disso, o novo "Sela & Pinta Gesso - Drywall" mantém a eficiência da fórmula 2 em 1, agindo como selador na correção de imperfeições em superfícies e também como tinta de acabamento, proporcionando máxima performance com menor custo e tempo de serviço.

DEXCO ANUNCIA AQUISIÇÃO DA **CASTELATTO**



A Dexco anuncia a assinatura do contrato de aquisição de 100% do capital da empresa Castelatto, líder no segmento premium de pisos e revestimentos de concreto arquitetônico. A aquisição será feita ao múltiplo 7,1x (EV/EBITDA) sobre o resultado esperado para o ano de 2021 e não deverá impactar de forma significativa a estrutura de capital da Dexco, detentora das marcas Deca, Portinari, Hydra, Duratex, Ceusa e Durafloor.

"Este movimento é mais um passo da Dexco na materialização de seu propósito de oferecer Soluções para Melhor Viver, com inovadoras soluções e estilos para seus clientes e consumidores poderem cada vez mais viver ambientes", explica Antonio Joaquim de Oliveira, presidente da Dexco, que já conta hoje com mais duas marcas do segmento de revestimento cerâmico, a Ceusa e a Portinari.



SEGURANÇA

A 3M Brasil apresenta ao mercado seu novo Protetor Auditivo 3M™ E-A-RTM Flexible Fit, o único que possui o índice de redução de ruído fornecido para inserção (NRRsf) comprovada com apenas uma das mãos. Inovador no Brasil, a maior autonomia do usuário para a inserção do produto ocorre devido a sua ponteira de espuma macia e uma haste flexível.

O protetor auditivo possui nova tecnologia que combina os benefícios dos plugues descartáveis e reutilizáveis, e não requer roletamento para inserção, podendo ser inserido mesmo que o usuário esteja com a mão suja. Por ser de espuma, considerada um dos materiais mais confortáveis para protetores auditivos do tipo inserção, apresenta excelente vedação e atenuação. O Protetor Auditivo 3M™ E-A-RTM Flexible Fit, utilizado em sua maioria em setores da indústria, engenharia e construção civil, se destaca ainda pela preocupação ambiental, já que é lavável e reutilizável.



LAFARGEHOLCIM INAUGURA CD EM **ALAGOAS**

A LafargeHolcim Brasil inaugurou seu Centro de Distribuição em Maceió (AL). A empresa já atuava no mercado alagoano e, com o crescimento da demanda, surgiu a necessidade de um ponto no estado. Melhorar a logística, ganhar agilidade, dar maior flexibilidade nas entregas e fortalecer a marca do cimento Montes Claros, aprimorando o atendimento aos clientes da indústria e do varejo, são os principais objetivos da empresa. O CD fica na avenida Menino Marcelo, número 595, quadra 02, no bairro de Antares.

"O Centro de Distribuição vem atender a uma necessidade gerada pelo aumento da demanda no estado. Construímos parcerias sólidas em Alagoas, a indústria da construção civil. Além de melhorar ainda mais o nosso nível de serviço, teremos a oportunidade de expandir nossa atuação para todo o mercado varejista", explica Norberto Ledea, diretor comercial e de marketing da LafargeHolcim Brasil.

25º MELHOR PRODUTO DO ANO
GRUPO REVENDA

GANHAMOS 04 PRÊMIOS
MELHORES PRODUTOS DO ANO!





1º Lugar
CATEGORIA: ACESSÓRIO PARA PINTURA
ROLOS MONARCA
AT722/22 E AT732/25

2º Lugar
CATEGORIA: EQUIPAMENTO PARA PROTEÇÃO INDIVIDUAL
MÁSCARAS DE FELTRO COM VÁLVULA
AT2800

2º Lugar
CATEGORIA: LIXAS
DISCO ABRASIVO TELADO
AT21

3º Lugar
CATEGORIA: FITA CREPE
FITA CREPE
2225

Uma empresa InBetta
pinceisatlasoficial
ATLAS
ACESSE O QR CODE AO LADO E CONHEÇA A PLATAFORMA.
MeusPedidos ATLAS

PREGO **LÍQUIDO**



A Vedacit apresenta mais uma opção para fixação: o Vedacit Prego Líquido. O adesivo é composto por resinas acrílicas, base água e monocomponente, une diversos tipos de materiais, sem a necessidade de furos, dispensando o uso de parafusos e pregos.

As opções de aplicação incluem madeira, metal, vidro, cortiça, mosaicos de cerâmicas e ladrilhos, gesso, isopor, vinil, papel e folhas de fórmica para revestimentos de móveis. O Vedacit Prego Líquido está disponível em dois tipos de embalagem: cartucho e bisnaga. Ambos com fácil aplicação; a opção em cartucho rende até 2,75 metros lineares; já a bisnaga, que não precisa de pistola aplicadora, rende até 0,5 metro linear.

ARGAMASSA SIKA PARA **GRANDES AMBIENTES**

Pensando em trazer um produto econômico, mas que preza pela qualidade da obra, a Ligamax, marca do grupo Sika, empresa especializada em produtos químicos para Construção e Indústria, apresenta a argamassa colante, Ligamax Gold Fluida Branca, que proporciona alto rendimento e dispensa a segunda camada de aplicação, sendo ideal para grandes superfícies.

O produto é indicado para aplicação de porcelanatos convencionais de grandes formatos, acima de 7mm, e porcelanatos de baixa espessura, com medida entre 3,5 e 7 mm. A argamassa também funciona para o assentamento em contrapiso ou sobreposição de revestimentos cerâmicos, granilites, granitos, pedras e porcelanatos em pisos de ambientes internos e externos de áreas residenciais, comerciais e industriais.





GRUPO OTTO BRASIL DISCUTE **PLANEJAMENTO PARA 2022**

Lojistas do Grupo Otto Brasil estiveram reunidos em São Paulo no último trimestre de 2021 para discutir as principais ações a serem tomadas ao longo deste ano.

O Grupo Otto nasceu da união de alguns dos principais lojistas especializados na revenda de fechaduras e ferragens para construção civil, com o objetivo de promover o desenvolvimento do setor, bem como, estreitar o importante relacionamento entre a indústria e os clientes.

Segundo João Francisco Gonçalves, consultor comercial, o Grupo projeta um crescimento de 17% para 2022, com ênfase na comercialização de produtos com maior valor agregado, além do lançamento de uma importante linha de fechaduras eletrônicas com a nossa marca, de modo a oferecer novas opções aos consumidores brasileiros.

Os lojistas do Grupo, alguns com mais de 50 anos de existência, são referências em suas praças de atuação e juntos representam mais de 20% do consumo de fechaduras e ferragens no Brasil, com faturamento anual estimado em mais de R$ 60 milhões de reais. São eles:

- Casa das Fechaduras Niterói (Niterói, RJ);
- Chaveiro Magenta (Santos, SP)
- Defel – Deolindo Ferragens (Fortaleza, CE);
- Fechaduras Fernandes (Brasília, DF);
- Fechosul Macosul (Porto Alegre, RS);
- Loja Daibert (Belo Horizonte, MG)
- Metalferco (SP - Capital);
- Rei das Fechaduras (Curitiba, PR);
- Sófecha (Piracicaba, SP);
- Styllus Ferragens (Vitória, ES)

Estas lojas atuam com as marcas mais tradicionais e representativas do mercado nacional e europeu, contando com um mix de produtos que atende às mais variadas necessidades dos nossos clientes. Além disso, o Grupo Otto atua de maneira participava, sem uma liderança designada entre os participantes, sendo que as decisões são sempre tomadas com base no bom senso e com a irrestrita colaboração e confiança entre os lojistas.

CURSO ONLINE GRATUITO NORTON ABRASIVOS **PARA PINTORES**



A Norton Abrasivos lançou a sua plataforma de cursos livres exclusivos para capacitar e promover o desenvolvimento profissional dos clientes que utilizam os produtos da marca.

A plataforma "Norton Academy" foi desenvolvida para atender as solicitações dos usuários e já conta com mais de 11.800 alunos matriculados.

No final de dezembro, a Norton disponibilizou um conteúdo exclusivo sobre pintura com cinco videoaulas com dicas de pintores profissionais que abordam técnicas para quem está iniciando a carreira como pintor e quer saber como aproveitar melhor o material durante a obra, economizando tempo e dinheiro. As aulas são online e o conteúdo foi desenvolvido em parceria com o Movimento Brasil por um Pintor Melhor.

Para se inscrever gratuitamente, acesse:https://cursos.nortonacademy.com.br/turma/5-truques-de-pintores-profissionais-para-pintar-e-economizar-tempo-e-dinheiro/turma-const-f-001

DVG Precon

ESCOLHA QUALIDADE
E DURABILIDADE
PARA O SEU TELHADO.
ESCOLHA DVG PRECON







DISPONÍVEL NAS CORES:
CERÂMICA
CONCRETO
MARFIM
BRANCA
TRANSLÚCIDA

PRECON.COM.BR DVG PRECON



NOVA CAMPANHA DA BRASILUX TINTAS

Com o slogan "Onde tem Brasil, tem Brasilux", a empresa valoriza os regionalismos e a rica cultura brasileira, além do caráter 100% nacional da marca, criando conexões reais com clientes, pintores, revendedores e consumidores finais de todas as partes do Brasil.

Com cores vibrantes, belas paisagens e ícones tradicionais da cultura brasileira, como comidas, patrimônios históricos e artísticos, a campanha enaltece a diversidade da cultura brasileira com toda sua energia e alegria.

"O objetivo é mostrar o alcance e a brasilidade da marca, que chega aonde tem cada Brasil e cada brasileiro. É uma proposta totalmente alinhada com as metas de crescimento da empresa para os próximos anos", comenta Mirela Jabur, gerente de Marketing da Brasilux



ARCELORMITTAL PATROCINA **STOCK CAR**

A ArcelorMittal Aços Planos é a mais nova patrocinadora da Stock Car Pro Series para a temporada 2022. Integrada ao grupo líder no mercado global de aço, a empresa firmou a parceria para a temporada 2022 da competição no início de janeiro.

Para a empresa, o projeto vem atender a um novo cenário mundial, mais focado na sustentabilidade. "A indústria automotiva global está se movimentando com a consciência verde por meio de ações ESG (Environmental, Social and Corporate Governance) que visam a descarbonização em todo o ciclo de vida dos veículos, que envolve desde a produção do aço até a reciclagem do veículo, através de uma série de importantes iniciativas", explica João Bosco Reis da Silva, gerente Geral de Sustentabilidade e Relações Institucionais da ArcelorMittal Tubarão.

BELGO BEKAERT FABRICA SUA PRIMEIRA PEÇA POR **IMPRESSÃO 3D**



A Belgo Bekaert, em parceria com o Centro de Inovação e Tecnologia CIT SENAI, está desenvolvendo sua primeira peça feita por impressão 3D, a partir de arame de aço projetado especificamente para este propósito. O protótipo, impresso em 24 horas pelo processo MADA (Manufatura Aditiva por Deposição a Arco), é a roldana de um equipamento de trefilaria que normalmente demoraria dias para ser fabricada da maneira tradicional. A solução, que pretende otimizar o estoque e tempo de substituição de peças, é pioneira em Minas Gerais e será testada pela própria Belgo Bekaert, na fábrica de Contagem (MG).

"Desenvolver a tecnologia da manufatura aditiva (impressão 3D) a partir do nosso arame como insumo abre uma gama de possibilidades para a indústria como um todo. Tanto para a fabricação de uma peça única com mais rapidez, quanto para uma peça que não está mais disponível no mercado, por ser um modelo já antigo, ou mesmo customizar a peça para algum projeto", explica o Gerente de Inovação de Fronteira Tecnológica da Belgo Bekaert, Glauber Campos.

NOVACOR PAREDES PRO DA SHERWIN-WILLIAMS



A Sherwin-Williams lançou a tinta acrílica premium NovaCor Paredes Pro. O produto de acabamento fosco aveludado é indicado para superfícies externas e internas e possui alto poder de cobertura.

Com tecnologia de ponta, o NovaCor Paredes Pro, possui fórmula exclusiva que suaviza imperfeições garantindo facilidade de retoque, além de excelente cobertura, durabilidade, rápida secagem e ótimo rendimento. "O acabamento fosco disfarça eventuais imperfeições da superfície, deixando o ambiente mais elegante e os retoques na pintura imperceptíveis", explica Adriana Resstel, gerente de produto e inovação da Sherwin-Williams.

ALTA **PRESSÃO**



A Lavadora de Alta Pressão PW1450TDL é o lançamento da BLACK+DECKER que vai trazer praticidade para a rotina de limpeza da casa. O design compacto, leve e ergonômico facilita o deslocamento e não ocupa espaço. Tem liberação rápida de mangueira, um motor potente de 1400W e 1512 PSI, proporcionando um jato forte, pistola de água com gatilho de segurança para evitar molhadeira e desperdícios, sistema total stop (tss) para interromper o funcionamento em um só movimento e as rodas grandes agilizam as manobras.

TINTAS KILLING LANÇA CATÁLOGO DE **TENDÊNCIA DE CORES 2022**

A Tintas Killing lançou em janeiro, o Catálogo de Tendência de Cores 2022 – Cores para um ano positivo. O material foi desenvolvido pela equipe de marketing da marca, no segundo semestre de 2021, por meio de um aprimorado processo de pesquisa de tendências, resultando na seleta coleção de 45 cores que se destacarão em 2022. O Catálogo, elaborado a partir do conceito "cores para um ano positivo", apresenta os significados de cada paleta, evocando, por meio da estética e dentro da perspectiva conceituada, cores que expiram sentimentos de força, coragem, confiança, entusiasmo e otimismo. Do tom mais sóbrio ao mais vibrante, a Tintas Killing transitou entre suavidade e intensidade, revelando cores que enaltecem a esperança em um ano melhor.



Para Nathalia Spindler, analista de marketing da Killing, ao idealizar a pesquisa, já era clara a necessidade de explorar tons que trouxessem uma atmosfera de aconchego e otimismo, sem deixar a elegância de lado. "Nosso objetivo se deu por conta do momento que vivemos. Por isso, o tema escolhido para a pesquisa foi 'Cores para um ano positivo'. Neste ano, o estudo não foi focado apenas nas tendências de decoração e arquitetura. Para selecionarmos o grupo de cores, tivemos como prioridade eleger 45 cores que, do tom mais sóbrio ao mais vibrante, aplicadas nos ambientes, passassem uma sensação de bem-estar ao público. E, mais do que isso, em cada paleta buscamos trazer significados que incentivassem o consumidor a, de dentro da sua casa, observar o momento de uma perspectiva mais esperançosa. Acredito que conseguimos chegar em um excelente resultado", conta Spindler.

VIAPOL PASSA POR **TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**

A Viapol começou o ano de 2022 focada na transformação digital para se aproximar ainda mais de clientes e parceiros. O processo de inovação, que já vem sendo discutido ao longo dos últimos anos, inclui a estruturação de todos os setores e o lançamento de novas ferramentas para impulsionar os negócios da empresa. A empresa também faz parte do programa Juntos Somos Mais, joint venture da Votorantim Cimentos, Gerdau e Tigre.

"A transformação digital é um processo que faz parte dos nossos planos desde o início da pandemia e, por isso, temos acompanhado de perto todas as tendências do mercado. Não vamos apenas implementar softwares de gestão ou criação de aplicativos, objetivamos nos aproximar dos nossos clientes e facilitar o acesso a nossas soluções técnicas. Vamos usar a tecnologia a nosso favor", diz Jorge Lima, engenheiro e Gerente de Marketing Estratégico da Viapol.

Uma das iniciativas da empresa nesse sentido foi levar todos os treinamentos que antes eram presenciais para o ambiente digital. "A pandemia veio para acelerar essa mudança. Com as restrições impostas, nosso Centro de Treinamentos (CT) adaptou-se para as telas. Desde o ano de 2020, mudamos – e agora oficializamos o novo formato. Já temos uma grade on-line completa para 2022", afirma Lima. Em 2021, a Viapol também investiu em reestruturar as vendas on-line e, hoje, o marketplace está ativo em 58 cidades.



NOVAS EMBALAGENS

A DRYKO Impermeabilizantes renovou as embalagens de dois importantes produtos do seu portfólio: DRYKAL e DRYKOLAJE TOP, que agora estão disponíveis em mais opções de medidas, ideais para diferentes aplicações.

O DRYKAL, além da embalagem pouch de 1 litro, pode agora ser encontrado em galão de 3,6 litros e balde de 18 litros. O DRYKOLAJE TOP, já comercializado em galão de 4kg e balde de 12kg, passa a ser disponibilizado, também, em balde de 18kg.

Os produtos tiveram as embalagens reestilizadas e desenvolvidas de acordo com conceitos modernos de comunicação, com vistas a promover maior interatividade por meio de QR Codes. São apresentadas, de forma mais simplificada, informações de uso de cada item, com dicas ou imagens reais de aplicação. "As embalagens levam, também, o link para os serviços prestados pela empresa, o catálogo on-line de produtos, os Guias de Soluções e o acesso às redes sociais", afirma David Bigio, Diretor Comercial da DRYKO Impermeabilizantes, que destaca o crescente engajamento com consumidores e aplicadores.

GAMMA LANÇOU SOPRADOR TÉRMICO



Primeiro lançamento do ano é o Soprador Térmico G1936 com 1.500W em 127V e 2.000W em 220v. O equipamento é sinônimo de robustez e versatilidade e pode atingir com suas 6 regulagens, temperaturas de 50 a 600°C, com 2 opções de vazão de ar 250/550L/min possibilita a utilização em instalação e remoção de película, aplicação de termoplástico entre outras.

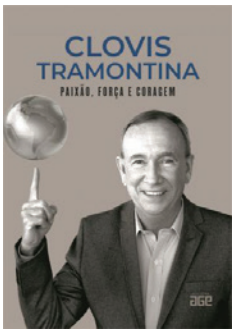
CONCRETO **VERDE**



A LafargeHolcim firmou contrato com a N. S. A. Incorporações para fornecimento do Concreto Verde (EcoPact), da marca Holcim, que está sendo utilizado na construção de um condomínio horizontal com 20 unidades habitacionais, em São José dos Campos (SP). O empreendimento imobiliário, que será o primeiro do Brasil a receber o novo produto, está adotando as medidas necessárias para ser o primeiro do Vale do Paraíba a obter a certificação da Green Building Brasil (GBC), chancela de credibilidade internacional, voltada para sustentabilidade em construções residenciais. Esta será a primeira entrega do produto no Brasil. Fruto do investimento da LafargeHolcim em pesquisa e tecnologia, o Concreto Verde apresenta corte de até 50% nas emissões de CO_2, além de excelente qualidade, reduzindo a necessidade de manutenções nas edificações em que é utilizado.

"Esta é a nossa primeira entrega de Concreto Verde. O produto se enquadrou muito bem ao projeto do cliente, que é desenvolvido com um conceito ecológico e voltado para a sustentabilidade na construção. Além da redução de CO_2, oferecemos um produto de alta resistência, performance e durabilidade. Estamos sempre trabalhando para desenvolver soluções sustentáveis, diferenciadas e com alto valor agregado aos clientes", explica Eduardo Sales, Diretor de Concreto e Agregados da LafargeHolcim.

O HOMEM QUE LEVOU A TRAMONTINA **PARA O MUNDO**



Prepare-se para conhecer um homem corajoso, inovador e apaixonado por futebol. Este é Clovis Tramontina, presidente da maior fabricante de cutelaria do ocidente. Em biografia inédita, é possível conhecer a trajetória de vida do executivo a partir de histórias que o tornaram uma das figuras empresariais mais emblemáticas do país.

Clovis Tramontina – Paixão, força e coragem, lançamento da Editora AGE, apresenta a visão do empreendedor para além do mundo dos negócios e relata que a aptidão de Clovis para ideias criativas começou ainda na infância.

Desde muito cedo, frequentou os corredores da companhia fundada pelo avô, Valentin, há 110 anos, na cidade de Carlos Barbosa, interior do Rio Grande do Sul. Com apenas oito anos, criou o time de futsal Real, que depois se tornou a premiada ACBF (Associação Carlos Barbosa de Futsal).

Em 1986, recebeu o diagnóstico de esclerose múltipla, uma doença degenerativa. Os sintomas, como a perda parcial da visão e a limitação da mobilidade, o motivaram ainda mais a expandir a multinacional. Hoje, a Tramontina é uma potência mundial presente em 120 países.

ESQUADRIAS COM **DESEMPENHO ACÚSTICO**

A Sasazaki acaba de lançar a Linha Essence Acústica, especialmente direcionada a projetos do Programa Casa Verde Amarela. As novas portas e janelas foram desenvolvidas pela equipe técnica da Sasazaki Engenharia, com o objetivo de atender a um segmento de mercado que não é contemplado com soluções voltadas à proteção acústica, embora as edificações dentro do programa sejam, muitas vezes, localizadas em grandes avenidas ou próximas a rodovias e vias de grande fluxo de veículos.

De acordo com Leonardo Sasazaki, presidente da Sasazaki e do Conselho Deliberativo da Indústria, a novidade chega ao mercado em um momento em que se observa um aumento considerável de demanda de produtos com corte acústico, gerada por construtoras de grandes volumes. As expectativas com a novidade são bastante positivas, considerando o elevado déficit habitacional registrado no país, que se aproxima dos 6 milhões de unidades.

ALUBAR COMPRA **FÁBRICA NOS EUA**



O Grupo Alubar concluiu a aquisição de ativos de uma fábrica produtora de vergalhões de alumínio em New Madrid, no estado americano do Missouri. A empresa, que já era a maior fabricante de cabos elétricos de alumínio da América Latina, agora será também a maior produtora de vergalhões e ligas de alumínio do continente americano, com a capacidade total de produzir 300 mil toneladas por ano. A área dos laminadores tem 70.000 m² e encontra-se com a produção paralisada. A retomada das atividades está planejada para janeiro de 2022.

A nova planta de vergalhões de alumínio adquirida pela Alubar pertencia ao parque fabril da Magnitude 7 Metals, que também produz lingotes de alumínio primário no local, que fica às margens do rio Mississipi, na divisa com os estados de Kentucky e Tennesee. A Alubar já está trabalhando no processo de start-up dos equipamentos. Inicialmente, serão criados 55 empregos diretos com a retomada das atividades dos laminadores no começo do próximo ano.

A empresa concluiu em 2019, a compra de uma unidade em Bécancour, no Canadá. A aquisição da fábrica nos Estados Unidos busca fortalecer a presença da Alubar no mercado norte-americano, que ainda precisa importar vergalhões de outros continentes para abastecer a fabricação de produtos que têm as ligas de alumínio como matéria-prima. "O laminador nos permitirá atender diversos segmentos da indústria norte-americana, como os setores de cabos elétricos, siderúrgico, manufaturados de alumínio, entre outros", afirma o Diretor Executivo do Grupo Alubar, Maurício Gouvea dos Santos.

KRONA AVANÇA E CONQUISTA **NOVOS CLIENTES**



Trabalho personalizado nos pontos de venda, estreito relacionamento com os clientes, campanhas bem sucedidas, lançamentos de novos produtos e investimento no esporte são alguns dos destaques do trabalho de marketing desenvolvido pela Krona Tubos e Conexões ao longo de seus 27 anos. O resultado é o crescente respeito e credibilidade entre lojistas e consumidores, bem como o reconhecimento do mercado com importantes premiações e números impactantes, entre eles, 5.793 novos clientes conquistados de janeiro a novembro deste ano.

"Um dos nossos diferenciais é o trabalho customizado nos pontos de vendas, o relacionamento com o lojista e a capacitação dos profissionais por um time de especialistas da Krona", avalia Valdicir Kortmann, Vice-Presidente Comercial e Marketing da empresa. Entre as iniciativas com ótimos resultados, destacam-se as ações de PDV voltadas a datas comemorativas, como o Dia do Instalador Hidráulico, do Eletricista, a Semana Farroupilha - que foi uma ação inédita -, entre outras. "Valorizamos as pessoas, suas culturas e as profissões que estão no dia a dia da Krona", explica.



Uma boa imagem vale mais do que mil palavras

Já pensou ser visto por milhares de pessoas em poucos minutos?

Nem sempre a paisagem que vemos numa rodovia é de encher os olhos!
Mas uma mensagem institucional, bem localizada, poderá fixar a sua marca na mente de milhares de motoristas ou passageiros que trafegam diariamente pelas rodoviais brasileiras.
Pesquisa realizada na rodovia dos Bandeierantes, que sai de São Paulo e leva a destinos como Ribeirão Preto, Campinas, Goiânia e Brasília, por exemplo, mostraram que **a média de veículos por dia é maior do que 345 mil**, com cerca de **um milhão de pessoas/dia** ocupando estes veículos, seja dirigindo ou sentado no banco do passageiro.
Por mês, o impacto estimado é superior a **31 milhões de pessoas**!

O **Grupo Revenda**, que edita há mais de 30 anos a revista **Revenda Construção**, quer fixar a imagem da sua empresa/produtos nos mais nobres pontos das rodovias/estradas brasileiras.

E criou o **Departamento OUT OF HOME**. O principal objetivo da mídia Out of Home é alcançar pessoas durante seu trajeto por ruas, avenidas e rodovias ou em espaços públicos, como praças, shoppings, parques e exposições.

São oportunidades de negócio na maior comunicação viária do Brasil, para um público potencialmente comprador.

Veja as nossas ofertas e não fique do lado de fora dos veículos.



Entre em contato

GRUPO
REVENDA
OUT OF HOME

carla.passarelli@revenda.com.br
(11) 97190.8124



TUMELERO REINAUGURA UNIDADE DE **SANTA CRUZ DO SUL**

A Tumelero, maior rede de lojas de materiais de construção do Rio Grande do Sul, mantém o ritmo forte de reinaugurações iniciado nos últimos anos. Dessa vez, a unidade de Santa Cruz do Sul foi a escolhida, ganhando uma maior e variada oferta de produtos em diversos departamentos, serviços exclusivos e completos aos clientes, além de nova fachada e infraestrutura totalmente moderna. A reinauguração da loja ocorreu em 21 de janeiro, na Rua Ernesto Alves, 1.345, no bairro Jardim Campos Eliseos.

SERVIÇOS COMPLETOS E DIFERENCIADOS

A Tumelero Santa Cruz do Sul conta com atendimento especializado com consultoria técnica de projetista no exclusivo Espaço Designers, visando auxiliar os clientes na criação dos ambientes desejados; entrega ágil em até 24h; maior showroom de pisos e acabamentos da cidade com mais de 900 mostras; novos departamentos de organização de casa e metais com grande variedade de marcas e itens; mais de 40 mil itens a disposição, dentre outros serviços e produtos para quem está na jornada da obra. A unidade ganha também fachada moderna e revitalizada e climatização no interior da loja para maior conforto dos clientes.

Apostando na digitalização do varejo, a Tumelero Santa Cruz do Sul também oferece como opção a compra via WhatsApp, pelo número (51) 99811-1390, que ficará disponível de acordo com o horário de funcionamento da loja, com atendimento simples e consultivo.

"A reinauguração da unidade de Santa Cruz do Sul integra o nosso plano de modernização e ampliação da operação Tumelero. São lojas antenadas às necessidades dos nossos clientes, que buscam cada vez mais atendimento simples, ágil e personalizado. A nossa maior oferta de produtos, principalmente em decoração, organização e acabamentos, é outro ponto importante, que certamente será um diferencial na região", ressalta Wando Ferreira, diretor de operações da Tumelero.

SERVIÇO

Tumelero Santa Cruz do Sul
Rua Ernesto Alves, 1.345
Jardim Campos Eliseos - Santa Cruz do Sul - RS
Horário de funcionamento:
Segunda a sexta, das 8h30 às 12h
e 13h30 às 18h.
Sábado das 8h30 às 12h30.
WhatsApp: (51) 99811-1390
Telefone: (51) 3715-7550



SODIMAC DICICO É REINAUGURADA EM MOGI GUAÇU

No final do ano aconteceu a reinauguração da Sodimac Dicico em Mogi Guaçu. A loja passou por uma grande reforma e agora está ainda mais completa e moderna para que os clientes encontrem, com rapidez e facilidade, todos os produtos e serviços para a reforma e a manutenção de suas residências. Há novas categorias de produtos, como jardinagem, marcas exclusivas e comercialização de mão de obra para instalações e pintura.

Localizada na Av. Mogi Mirim, 252, no bairro do Areião - ao lado do Big Bom, a loja já havia tido sua fachada modificada há alguns meses, mudando a marca de Dicico para Sodimac Dicico, e agora a parte interna também foi remodelada.

A loja de Mogi Guaçu é a sétima Sodimac Dicico remodelada no ano. Em 2021, também houve a abertura de uma loja nova Sodimac Dicico, construída do zero, em São Bernardo do Campo. O modelo preserva a tradição e as características da Dicico, como atendimento personalizado, e agrega os diferenciais da Sodimac, que é a varejista líder do setor de construção, reforma e decoração na América Latina.

"Com a Sodimac Dicico, pretendemos proporcionar uma experiência de compra ainda melhor aos nossos clientes, com praticidade e conveniência", explica Alfonso Barberena, diretor-presidente da Sodimac Brasil.

No Brasil, a Sodimac tem 52 lojas no Estado de São Paulo, sendo 6 lojas sob a bandeira Sodimac Homecenter|Constructor e 46 no formato Sodimac Dicico.

NOVIDADES EM PRODUTOS E SERVIÇOS

Entre as novidades, a Sodimac Dicico Mogi Guaçu conta com um Centro de Cores, onde a marca exclusiva de tintas Kolor é preparada na hora e na cor da preferência do cliente, com mais de 100.000 cores vendidas no mesmo preço que a tinta branca.

Em relação ao portfólio, a nova área Jardinagem traz plantas, flores e utensílios para o jardim. Também são comercializadas as melhores marcas e tendências em pisos e revestimentos, itens e acessórios para cozinhas e banheiros, materiais básicos, elétricos e hidráulicos, portas e janelas, equipamentos de proteção individual, itens de iluminação, climatização e organização da casa.

Além da ampla variedade de produtos disponíveis, no e-commerce (www.sodimac.com.br) e no App Sodimac, os clientes encontram um portfólio com cerca de 35.000 itens, que engloba desde materiais de construção e acabamentos até decoração, móveis, plantas e utensílios para o jardim. Os clientes podem realizar a compra pela internet e escolher se recebem em casa ou retiram posteriormente na loja.

Para solucionar as preocupações com a mão de obra, os serviços oferecidos são pagos diretamente na loja e têm garantia de um ano. Há serviços de mão de obra para instalação de pisos, revestimentos, portas, janelas, ar-condicionado, louças sanitárias, metais, luminárias, ventiladores, chuveiros e churrasqueiras, além de mão de obra para pinturas em geral. Também são oferecidos cortes de tubos, correntes, fios, lonas, telas de mosquiteiro e passadeiras (tapetes).

Para completar, é possível alugar máquinas e ferramentas por um dia, uma semana ou um mês. Há desde parafusadeiras até andaimes.



Principais feiras do segmento da construção civil programadas para este ano:

EXPO REVESTIR
Feira de Revestimentos e Acabamentos Cerâmicos
De 08 a 11 de março
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo/SP
www.exporevestir.com.br

FEICON BATIMAT
Feira Internacional da Construção
De 29 de março a 1º de abril
Local: São Paulo Expo Center/SP
www.feicon.com.br

ABRAFATI SHOW
Congresso e Exposição Internacional de Tintas
De 21 a 23 de junho
Local: Transamérica Expo Center, São Paulo/SP
www.abrafati.com.br/

GLASS SOUTH AMERICA
Feira Internacional de Vidro
De: 29 de junho a 02 de julho
Local: São Paulo Expo Center/SP
www.glassexpo.com.br

CONSTRUSUL
Feira Internacional da Construção
De: 02 a 05 de agosto
Local: Fiergs, Porto Alegre/RS
www.feiraconstrusul.com.br

CONCRETE SHOW
Feira Internacional de Tecnologia
De: 09 A 11 de agosto
Local: São Paulo Expo Center/SP
www.concreteshow.com.br/pt

CACHOEIRO STONE FAIR
Feira Internacional do Mármore e Granito
De: 23 a 26 de agosto
Local: Cachoeiro de Itapemerim/ES
www.cachoeirostonefair.com.br

FICONS
XI Feira Internacional de Materiais Equipamentos e Serviços da Construção
De: 23 a 26 de agosto
Local: Centro de Convenções de Pernambuco, Recife/Olinda
www.ficons.com.br

M&T Expo
Feira Internacional de Equipamentos para Construção e Mineração
De: 30 de agosto a 02 de setembro
Local: São Paulo Business Center, SP
www.mtexpo.com.br

INTERMACH
Feira Internacional de Tecnologia e Máquinas
De: 13 a 16 de setembro
Local: Joinville/SC
ww.intermach.com.br

FESQUA
Feira Internacional de Esquadrias e Ferragens
De: 14 a 17 de setembro
Local: São Paulo Expo Center/SP
www.fesqua.com.br

FISP
Feira Internacional de Segurança e Proteção
De 18 a 20 de outubro
Local: São Paulo Expo Center/SP
www.fispvirtual.com.br

20 ANOS DE HISTÓRIA

EXPO REVESTIR 20 ANOS

Para comemorar a edição histórica de 20 anos, a EXPO REVESTIR reunirá duas experiências bem-sucedidas para tornar a feira cada vez mais democrática: digital e presencial. Com esse formato, rompe fronteiras ao levar as tendências e os lançamentos dos expositores para os quatro cantos do mundo.

"Será uma edição memorável. Vamos celebrar juntos a retomada dos reencontros, do networking e das parcerias. Ao conectar os universos físico e digital, aumentamos o alcance e as possibilidades de negócios, além de estreitar o contato com o mercado, os revendedores, os especificadores e todos que fazem parte da cadeia produtiva da construção", afirma Maurício Borges, CEO da EXPO REVESTIR e do FIAC.

Com capacidade máxima de expositores atingida, a 20ª edição vai apresentar, durante os quatro dias de realização, inspirações, novidades e tendências em cerâmicas, louças sanitárias, metais para cozinha e banheiro, rochas ornamentais, mosaicos, madeiras, laminados, cimentícios e vítreos. Também, prepara sua tradicional maratona de conhecimento, com verdadeiras imersões no que há de mais atual em tendências e inovações. O evento, que teve sua primeira edição realizada em 2003 ocupando a área de quase três pavilhões, hoje ocupa a totalidade dos sete pavilhões do Transamérica Expo Center, local onde foram realizadas todas as suas edições

"Temos muito orgulho da nossa história e seguimos com o mesmo entusiasmo e motivação. Nestes 20 anos nós crescemos como feira de negócios, como evento de conteúdo e nessa caminhada contamos com a parceria de longa data do Transamérica Expo Center. Somos muito gratos por este local ter sido a casa da EXPO REVESTIR por tantos anos", destaca André Soares, CFO da EXPO REVESTIR e do FIAC.


QUEM COMPARA
QUALIDADE
SEMPRE PEDE
LAMESA.
MAIS SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE
PARA SUA OBRA
LAMESA
CABOS ELÉTRICOS
Tel.: (19) 3623 1518 • vendas@lamesa.com.br • lamesa.com.br

brasilit.com.br





brasilit
Cobrindo todo o Brasil.

10 ANOS DE GARANTIA NO SISTEMA COMPLETO

/ brasilit 0800 709 6979

brasilit
SAINT-GOBAIN